

PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN DAN KUALITAS PRODUK

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

PERAWATAN KULIT SCARLETT WHITENING

DI JAKARTA UTARA

Oleh:

Nama : Sisca Cahyadi Salim

NIM : 25190212

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

APRIL 2023

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN KULIT SCARLETT *WHITENING* DI JAKARTA UTARA

Diajukan oleh :

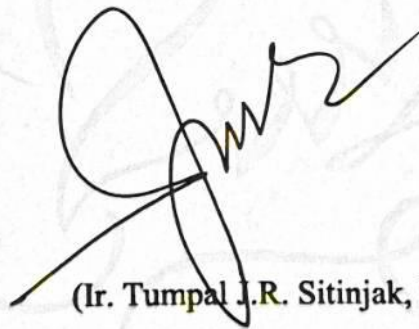
Nama : Sisca Cahyadi Salim

NIM : 25190212

Jakarta, 12 April 2023

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2023

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Sisca Cahyadi Salim / 25190212 / 2023 / Pengaruh Efektivitas Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Scarlett *Whitening* di Jakarta Utara
Pembimbing: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Berpenampilan menarik merupakan suatu hal yang diinginkan oleh semua orang. Sejalanannya waktu banyak standar yang muncul tentang berpenampilan menarik terutama ditujukan pada kaum hawa. Banyak mereka yang merasa cantik adalah mereka yang memiliki kulit cerah dan *glowing* sehingga banyak yang wanita Indonesia menginginkan produk untuk mencerahkan kulit. Salah satu produk lokal yang memiliki kandungan untuk mencerahkan kulit adalah Scarlett *Whitening*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini mengenai efektivitas iklan, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Terdapat dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian dimana variabel *independent* terdiri atas efektivitas iklan dan kualitas produk, sedangkan variabel *dependent* terdiri atas keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah Scarlett *Whitening*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*, yaitu *google form*. Jumlah sampel sebanyak 115 responden dan pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *judgement sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear ganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa peran efektivitas iklan dan kualitas produk yang dimiliki oleh Scarlett *Whitening* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen.

Kata Kunci: Efektivitas Iklan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Sisca Cahyadi Salim / 25190212 / 2023 / *Effects of Advertising Effectiveness and Product Quality on Scarlett Whitening's Skin Care Product Purchase Decision in North Jakarta* / Advisor: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Good looking is something everyone wants. Over time, many standards have emerged about looking attractive, especially aimed for women. Many of those who feel beautiful are those who have bright and glowing skin so many Indonesian women want products to brighten their skin. One of the local products that contains ingredients to brighten the skin is Scarlett Whitening.

The theory used in this research is about advertising effectiveness, product quality, and purchasing decisions. There are two types of variables used in this study where the independent variables consist of advertising effectiveness and product quality, while the dependent variable consists of purchasing decisions.

The object of this research is Scarlett Whitening. The data collection method is done by distributing questionnaires online, namely the Google form. The number of samples is 115 respondents and the sampling is done by judgment sampling technique. The analytical method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that advertising effectiveness has a positive and significant effect on purchasing decisions and product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.

From the results of the tests that have been carried out, it can be interpreted that the role of advertising effectiveness and product quality owned by Scarlett Whitening has proven to have a positive and significant effect on purchasing decisions that will be made by consumers.

Keywords: *Advertising Effectiveness, Product Quality, Purchase Decision*





KATA PENGANTAR

Ucapan puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Efektivitas Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Scarlett *Whitening* di Jakarta Utara” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan yang peneliti hadapi, namun pada akhirnya bisa terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menempuh studi.
3. Kedua orang tua dan keluarga besar peneliti yang senantiasa mendukung, menghibur, dan mendoakan peneliti selama proses penyusunan skripsi.
4. Michelle Halim, Selvia, Deviana Sim Cia Sian, Vinny Nurdin, Vincentius Yanrie, Steven, Randy Sohan, Billy Febrian selaku sahabat terdekat peneliti yang senantiasa memberikan bantuan, dukungan dan hiburan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.



Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat menghargai setiap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, April 2023

Peneliti

Sisca Cahyadi Salim

1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian.....	7
G. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Efektivitas Iklan	9
2. Kualitas Produk	11
3. Keputusan Pembelian	14
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pemikiran	20
D. Hipotesis	21





BAB III METODE PENELITIAN	22
© A. Populasi dan Sampel	22
B. Desain Penelitian	22
C. Variabel Penelitian	24
D. Teknik <i>Sampling</i>	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
B. Analisis Deskriptif.....	39
C. Hasil Penelitian	41
D. Pembahasan.....	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	46
A. Simpulan.....	46
B. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 (Lanjut) Operasionalisasi Variabel Efektivitas Iklan	24
Tabel 3.1 (Lanjutan) Operasionalisasi Variabel Efektivitas Iklan	25
Tabel 3.2 (Lanjut) Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	25
Tabel 3.2 (Lanjutan) Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	26
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	27
Tabel 3.4 Pembobotan Skala Interval Kuesioner.....	29
Tabel 3.5 Skor Penilaian Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 3.6 Penilaian Rentang nilai	33
Tabel 4.1 (Lanjut) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	39
Tabel 4.1 (Lanjutan) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Deskriptif.....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Ganda.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	42
Tabel 4.5 Hasil Uji F.....	43
Tabel 4.6 Hasil Uji t dan R ²	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Penjualan Produk Kecantikan Kuartal II Tahun 2022.....	4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 3.1	Rentang Nilai	32
Gambar 4.1	Logo Scarlett <i>Whitening</i>	38
Gambar 4.2	Rangkaian Produk Scarlett <i>Whitening</i>	39

© Hak Cipta Milik IBI KKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	52
Lampiran 2 Data Pra-Kuesioner (N=30)	56
Lampiran 3 Hasil <i>Output</i> Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
Lampiran 4 Data Kuesioner (N=115)	61
Lampiran 5 Hasil <i>Output</i> Uji Analisis Deskriptif.....	69
Lampiran 6 Hasil <i>Output</i> Uji Persamaan Regresi Linear Ganda.....	70
Lampiran 7 Hasil <i>Output</i> Uji Asumsi Klasik	70
Lampiran 8 Hasil <i>Output</i> Uji F.....	71
Lampiran 9 Hasil <i>Output</i> Uji t dan R^2	71

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.