

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SOMETHINC

Oleh:

Nama : Christine Tanjung

NIM : 26200154

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Februari 2024

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SOMETHINC

Diajukan Oleh :

Nama : Christine Tanjung

Nim : 26200154

Jakarta, 23 Februari 2024

Disetujui oleh :

Pembimbing

(Morryessa Brandinie, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2024

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

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

Christine Tanjung / 26200154 / 2024 / Pengaruh Kualitas Produk dan Han So Hee sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Somethinc* / Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

Berkembangnya zaman yang serba modern ini membuat setiap keinginan manusia ikut berkembang mengikuti *trend* yang ada, seperti kesehatan dan kecantikan kulit. Oleh karena itu, masyarakat semakin memperhatikan kesehatan dan kecantikan wajah sehingga menyebabkan industri kosmetik mulai mengalami peningkatan setiap tahunnya. Salah satu produk kosmetik dan *skincare* asal Indonesia yang berjuang ditengah persaingan ketat tersebut adalah Somethinc. Serta banyaknya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti kualitas produk dan *brand ambassador*. Oleh karena itu, penelitian ini dibuat untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari kualitas produk dan *brand ambassador* terhadap Keputusan Pembelian produk *skincare* Somethinc.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Kualitas Produk yaitu kemampuan produk dalam menjalankan fungsi seperti ketahanan, kemudahan mengoprasikan, serta ketepatan secara fungsi yang menentukan persepsi seseorang untuk membeli. *Brand Ambassador* yaitu individu atau kelompok yang dipekerjakan oleh perusahaan untuk mempromosikan merek dalam bentuk produk atau layanan, Keputusan Pembelian yaitu tahapan dalam menentukan pilihan produk dan jasa dari dua atau lebih alternatif pilihan produk atau jasa. Ada dua jenis variabel yang digunakan yaitu variabel independent dan dependen. Variabel independent terdiri dari Kualitas Produk dan *Brand Ambassador*, sedangkan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian.

Objek pada penelitian ini adalah produk *skincare* Somethinc, metode penelitian yang dipakai adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada 130 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *judgement sampling*.

Berdasarkan uji t kualitas produk mendapat nilai B sebesar 0,348 dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti kualitas produk berdampak positif terhadap keputusan pembelian. *Brand ambassador* mendapat nilai B sebesar 0,138 dan sig sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti *brand ambassador* berdampak positif terhadap keputusan pembelian. Nilai B pada kedua hipotesis memperlihatkan angka positif, sehingga Kualitas Produk dan *Brand Ambassador* dianggap berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan uji F dijelaskan bahwa nilai sig $0,000 < 0,05$ model persamaan regresi sesuai dengan data dan metode ini layak digunakan.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

Christine Tanjung / 26200154 / 2024 / *The Influence of Product Quality and Brand Ambassador Han So Hee on Purchase Decisions for Skincare Products Somethinc / Morryessa Brandinie, S,E, M.M.*

The development of this modern era makes every human desire also develop following the existing trends, such as skin health and beauty. Therefore, society is paying growing attention to facial health and beauty, leading to a steady increase in the cosmetics industry every year. One of the Indonesian cosmetic and skincare products that is striving amidst such intense competition is Somethinc. And the numerous factors that can influence consumer purchasing decisions, such as product quality and brand ambassadors. Therefore, this research was made to find out whether there is an influence from product quality and brand ambassador on the Purchase Decision for Something skincare products.

The theory used in this study is Product Quality: The product's ability to perform functions such as durability, ease of operation, and functional accuracy that determine an individual's perception to purchase. Brand Ambassador: Individuals or groups employed by company to promote a brand in the form of products or services. Purchase Decision: The stage in determining product and service choices from two or more alternative product or service options. There are two types of variables used, namely independent and dependent variables. The independent variable consists of Product Quality and Brand Ambassador, while the dependent variable is Purchase Decision.

The object of this research is Something skincare product, the research method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Data was collected by distributing questionnaires via Google form to 130 respondents. Sampling was done by judgment sampling technique.

The results of this study were seen based on the t-test for product quality, obtaining a B value of 0.348 and a sig value of $0.000 < 0.05$, which means that product quality has a positive impact on purchasing decisions. Brand ambassadors get a B value of 0.138 and a sig of $0.000 < 0.05$, which means that brand ambassadors have a positive impact on purchasing decisions. The value of B in both hypotheses shows a positive figure, indicating that Product Quality and Brand Ambassador are considered to have a positive influence on Purchase Decisions. Based on the F test, it was explained that the sig value of $0.000 < 0.05$, the regression equation model fits the data and this method is feasible to use.

The conclusion of this study is to show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Brand Ambassador has a positive and significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Ambassador, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Somethinc” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan dari rintangan yang peneliti hadapi, namun pada akhirnya dapat 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:

Ibu Morryessa Brandinie, S.E., 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.

Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menempuh studi.

Kedua orang tua dan keluarga besar peneliti yang senantiasa mendukung, menghibur, dan mendoakan peneliti selama proses penyusunan skripsi.

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.



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.

4. Sahabat, Teman, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari 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, 14 Februari 2024

(Christine Tanjung)



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Penelitian	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teoritis	10
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Objek Penelitian	25
B. Desain Penelitian.....	25
C. Variabel Penelitian	26
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	39
B. Profil Responden	40
C. Pembahasan	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
A. Simpulan	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65

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	1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2.2	2 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2.3	3 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2.4	4 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.5	5 Penelitian terdahulu	19
Tabel 3.1	1 Variabel Kualitas Produk	27
Tabel 3.2	2 Variabel Brand Ambassador	28
Tabel 3.3	3 Variabel Pengambilan Keputusan	29
Tabel 3.4	4 Jenis Jawaban	31
Tabel 4.1	1 Profil Responden Berdasarkan Pernah menggunakan Skincare Somethinc	40
Tabel 4.2	2 Profil Responden Berdasarkan Apakah Mengetahui Han So Hee Adalah Brand Ambassador Merk Skincare Somethinc	41
Tabel 4.3	3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.4	4 Profil Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.5	5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.6	6 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	43
Tabel 4.7	7 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan, Penghasilan, atau Uang Saku	44
Tabel 4.8	8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	45
Tabel 4.9	9 Hasil Uji Skor Rata Rata dan Selang Kepercayaan	47
Tabel 4.10	10 Hasil Uji Skor Rata-Rata dan Selang Kepercayaan	48
Tabel 4.11	11 Hasil Uji Skor Rata-Rata dan Selang Kepercayaan	50
Tabel 4.12	12 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.13	13 Hasil Uji Multikolineritas	52
Tabel 4.14	14 Hasil Uji Heteroketastisitas	52
Tabel 4.15	15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.16	16 Hasil Uji F	53
Tabel 4.17	17 Hasil Pengujian Signifikansi Koefisien (Uji T)	54
Tabel 4.18	18 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Penghargaan Somethinc untuk Serum Terlaris Tahun 2021	2
Gambar 1. 2	Top Brand Serum Wajah di Shopee Indonesia Bulan Juni 2021	4
Gambar 1. 3	Komentar Negatif Pada Produk Somethinc	5
Gambar 1. 4	Han So Hee Sebagai Brand Ambassador Somethinc	6
Gambar 1. 5	5 Merk Skincare terlaris di E-Commerce Bulan Agustus 2022	7
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3. 1	Rumus Mean.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 2	Rumus Rentang Skala.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1	Logo Somethinc.....	40