

Judul penelitian: Pengaruh *Brand Image*, *Brand Ambassador*, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Emina Kosmetik Pada Mahasiswa Ekonomi Manajemen Uniska

Dosen pembimbing : Erwin Syahputra, S.E.,M.M
ling Sri Hadiningrum, S.Pd.,M.M

Nama Mahasiswa : Cindy Ismayantari Aisyah

NPM : 19130210404

Abstraksi

Penelitian ini dilatarbelakangi karena peneliti menemukan beberapa permasalahan yang berhubungan dengan *brand image*, *brand ambassador* dan kualitas produk yang terjadi pada Emina kosmetik yang akhirnya mempengaruhi minat beli konsumen untuk membeli produk Emina kosmetik. Konsep remaja dan anak muda yang menjadikan *brand image* Emina kosmetik, Marsya Aruan dan Nasya Marcella sebagai *brand ambassador* menciptakan *brand image* Emina menjadi kuat, sehingga membuat anggapan masyarakat bahwa produk Emina hanya dapat digunakan oleh kalangan anak muda dan remaja saja. Selain itu pilihan warna dalam produk alas bedak Emina sering mendapatkan kritikan oleh para konsumen karena minim pilihan warna. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *brand ambassador*, dan kualitas produk terhadap minat beli Emina kosmetik pada mahasiswa ekonomi manajemen uniska.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, data yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan kuesioner yang dianalisis secara kuantitatif, peneliti memilih menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi manajemen yang berjumlah sebanyak 84 orang mahasiswa. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, *brand ambassador*, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Emina kosmetik di Universitas Islam Kadiri, terbukti dengan nilai signifikan uji F sebesar $0,000 < \text{sig. } 0,05$.

Kata Kunci : *brand image*, *brand ambassador*, kualitas produk, minat beli, Emina kosmetik.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Skripsi.....	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penulisan	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Operasional	6
1.5.2 Manfaat Akademik.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka.....	11
2.2.1 Manajemen	11
2.2.2 Minat Beli.....	12
2.2.3 <i>Brand image</i>	14
2.2.4 <i>Brand ambassador</i>	19
2.2.5 Kualitas Produk	23
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Pengaruh Keterikatan <i>Brand image</i> dengan Minat beli	25
2.3.2 Pengaruh <i>Brand ambassador</i> dengan Minat Beli.....	26
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk dengan Minat Beli	27

2.3.4 Pengaruh <i>Brand image</i> , <i>Brand ambassador</i> , Kualitas Produk dengan Minat Beli.....	27
2.4 Kerangka Teoritik.....	28
2.5 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	32
3.2 Jenis Penelitian.....	32
3.3 Lokasi Penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1 Populasi.....	33
3.4.2 Sampel.....	33
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.6 Pentuan Jumlah Sampel.....	35
3.7 Data dan tenik Pengumpulannya.....	35
3.7.1 Sifat Data.....	35
3.7.2 Sumber Data.....	36
3.7.3 Teknik Pengumpulannya.....	36
3.8 Identifikasi Variabel.....	39
3.9 Definisi Operasi Variabel.....	40
3.10 Teknik Analisis Data.....	45
3.10.1 Uji Instrumen.....	45
3.10.2 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.10.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.10.4 Uji Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Gambaran Umum Emina Kosmetik.....	52
4.1.2 Prinsip Emina.....	53
4.2 Analisis Statistik Deskriptif Data Responden.....	53
4.2.2 Analisis Statistik Inferensial.....	69
4.2.2.1 Uji Instrumen.....	70
4.2.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	72

4.2.2.3 Uji Regresi Linear Berganda	75
4.2.2.4 Uji Hipotesis.....	77
4.3 Inteprestasi Hasil	80
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Emina kosmetik pada mahasiswa ekonomi manajemen uniska	80
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Emina kosmetik pada mahasiswa ekonomi manajemen uniska	81
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Emina kosmetik pada mahasiswa ekonomi manajemen uniska.....	82
4.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Brand Ambassador</i> dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Emina kosmetik pada mahasiswa ekonomi manajemen uniska.....	83
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3. 1 Bobot Nilai Skala Likert	38
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4. 2 Lama Pemakaian Produk Oleh Responden	54
Tabel 4. 3 Interpretasi Nilai Rata-Rata / Mean Variabel Penelitian	56
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image.....	56
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Ambassador.....	59
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	62
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Signfikansi Parsial (Uji-t).....	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji f.....	79
Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determinasi (R²)	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teoritik	28
Gambar 4. 1 Presentase Usia Responden.....	54
Gambar 4. 2 Presentase Lama Pemakaian Produk Oleh Responden	55
Gambar 4. 3 Uji Heterokedastisitas	75