

**PENGARUH *ENDORSEMENT BEAUTY VLOGGER, COUNTRY OF ORIGIN* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK MASCARA MAYBELLINE**

**(Studi pada Mahasiswa di Beberapa Universitas di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**ANGGITA WIDIANINGSIH**

**1602010202**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2020**

**PENGARUH *ENDORSEMENT BEAUTY VLOGGER, COUNTRY OF ORIGIN* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK MASCARA MAYBELLINE**

**(Studi pada Mahasiswa di Beberapa Universitas di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**ANGGITA WIDIANINGSIH**

**1602010202**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

**2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH *ENDORSEMENT BEAUTY VLOGGER, COUNTRY OF ORIGIN* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK KOSMETIK MASCARA MAYBELLINE  
(Studi pada Mahasiswa di Beberapa Universitas di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Oleh:

**ANGGITA WIDIANINGSIH**

**1602010202**

**Diterima dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D.  
NIK. 2160183**




## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Anggita Widianingsih  
NIM : 1602010202  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul : **Pengaruh *Endorsement Beauty Vlogger, Country of Origin*, dan *Perceived Quality* terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Mascara Maybelline (Studi pada Mahasiswa di Beberapa Universitas di Purwokerto)**

telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D. (  )  
Anggota 1 : Hj. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si. (  )  
Anggota 2 : Purnadi, S.E., M.Si. (  )  
Ditetapkan di : Purwokerto  
Tanggal : 17 Januari 2020

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Akmalad Darmawan, S.E., M.Si

NIK. 2160148

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggita Widianingsih

NIM : 1602010202

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan ini sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 17 Januari 2020

Yang membuat pernyataan



Anggita Widianingsih

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggita Widianingsih  
NIM : 1602010202  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royal-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH ENDORSEMENT BEAUTY VLOGGER, COUNTRY OF  
ORIGIN, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE**

**(Studi pada Mahasiswa di Beberapa Universitas di Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto  
Pada Tanggal : 17 Januari 2020  
Yang menyatakan,



Anggita Widianingsih

## MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.” (Q.S Al-Insyirah : 6-8)

Memulai dengan penuh keyakinan  
Menjalankan dengan penuh keikhlasan  
Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan (*Anonim*).

Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari esok. Dan yang terpenting jangan berhenti bertanya (Albert Einstein)

Semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mengejarnya (Walt Disney)

Tidak ada jalan mudah menuju kebebasan, dan banyak dari kita akan harus melewati lembah gelap menyramkan. Lagi dan lagi sebelum akhirnya kita meraih puncak kebahagiaan (Nelson Mandela)

## PERSEMBAHAN

*Dengan mengucap Basmallah dan syukur, kupersembahkan  
skripsi penuh perjuangan ini kepada :*

*Bapakku Sodikin, Ibuku Wiwi Sumiyati,  
Terima kasih atas setiap lantunan doa dan tetesan keringat yang tak bisa  
terhitung, semoga Allah memberkahi dan mengganti segalanya.*



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahil'alamiin segala puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
2. Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.
4. Hj. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si, selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
5. Purnadi, S.E., M.Si, selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

6. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
7. Untuk Bapak Sodikin dan Ibu Wiwi Sumiyati, sosok yang hebat selalu memberikan dukungan moral maupun materiil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada saya sehingga saya selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
8. Untuk kawan-kawanku Yuki Khoerunnisa, Khansa Widyaningrum, Rindy Ayunda Kurnianti, Julita Ilmiahti Pratiwi, Evan Zikri Mulyani, dan Eka Febrianti terimakasih atas canda, tawa, masukan, semangat, motivasi, doa, dan segala bentuk persahabatan yang luar biasa selama ini.
9. Teman-teman seperjuangan skripsi Yuki Khoerunnisa, Erna Susilowati, Reza Trilaksono, dan Haryadi Prayogo Pinilih yang telah berjuang bersama dari awal metopen sampai siding skripsi, terimakasih atas segala suka duka, masukan dan motivasinya selama ini.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen SI kelas D angkatan 2016. Terimakasih telah memberi warna-warni kehidupan selama saya menjalankan kuliah.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah Subhanahu waTa'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 17 Januari 2020  
Penulis



Anggita Widianingsih

**PENGARUH *ENDORSEMENT BEAUTY VLOGGER*, *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK MASCARA MAYBELLINE**

**(Studi pada Mahasiswa di Beberapa Universitas di Purwokerto)**

**Anggita Widianingsih<sup>1</sup>**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[anggitawidiansih@gmail.com](mailto:anggitawidiansih@gmail.com)

**Herni Justiana Astuti<sup>2</sup>**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[herni99@gmail.com](mailto:herni99@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *endorsement beauty vlogger*, *country of origin*, dan *perceived quality* terhadap minat beli produk kosmetik mascara Maybelline. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Metode *Purposive Sampling* digunakan untuk memilih 90 sampel dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* pendekatan *Partial Least Square*. Hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa *endorsement beauty vlogger*, *perceived quality* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, *country of origin* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived quality* dan *country of origin* berpengaruh signifikan terhadap minat beli melalui *perceived quality*. Sedangkan *country of origin* tidak berpengaruh terhadap minat beli.

**Kata Kunci :** *endorsement beauty vlogger*, *country of origin*, *perceived quality*, minat beli.

***THE EFFECT OF BEAUTY VLOGGER ENDORSEMENT, COUNTRY OF ORIGIN DAN PERCEIVED QUALITY TOWARDS PRODUCT PURCHASE INTENTION OF MASCARA MAYBELLINE COSMETICS***

*(Survey of several students at Universities in Purwokerto)*

**Anggita Widianingsih<sup>1</sup>**  
**Economics and Business Faculty**  
**University Muhammadiyah of Purwokerto**  
[anggitawidianingsih@gmail.com](mailto:anggitawidianingsih@gmail.com)

**Herni Justiana Astuti<sup>2</sup>**  
**Economics and Business Faculty**  
**University Muhammadiyah of Purwokerto**  
[herni99@gmail.com](mailto:herni99@gmail.com)

***ABSTRACT***

*The purpose of this study is to analyze the effect beauty vlogger endorsement, country of origin, and perceived quality towards purchasing intention. The questionnaire is used as a data collection tool. Purposive sampling method is used to select 90 samples with several predetermined criteria. Data analysis used was Structural Equation Modeling approach to Partial Least Square. The results of the study showed that beauty vlogger endorsement and perceived quality had a positive significant effect on purchasing intention, country of origin had a positive significant effect on perceived quality and country of origin had a significant effect on purchase intention with through of perceived quality. While country of origin has no effect on purchasing intention.*

***Keywords :*** *beauty vlogger endorsement, country of origin, perceived quality, purchase intention*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Perumusan Masalah</b> .....	9
<b>C. Pembatasan Masalah</b> .....	10
<b>D. Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	10
<b>BAB II</b> .....	13
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
<b>A. Landasan Teori</b> .....	13
<b>B. Hasil Penelitian Terdahulu</b> .....	22
<b>C. Kerangka Pemikiran</b> .....	27
<b>D. Hipotesis</b> .....	34
<b>BAB III</b> .....	35
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	35
<b>A. Jenis Penelitian</b> .....	35
<b>B. Populasi dan Sampel</b> .....	35
<b>C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data</b> .....	37
<b>D. Variabel Penelitian</b> .....	38
<b>E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel</b> .....	38

<b>F. Metode Analisis Data</b> .....	42
<b>BAB IV</b> .....	50
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	50
<b>A. Gambaran Umum Perusahaan Maybelline</b> .....	50
<b>B. Respon Rate</b> .....	51
<b>C. Karakteristik Responden</b> .....	52
<b>D. Analisis Data</b> .....	54
<b>E. Pembahasan</b> .....	67
<b>BAB V</b> .....	80
<b>PENUTUP</b> .....	80
<b>A. Kesimpulan</b> .....	80
<b>B. Keterbatasan Penelitian</b> .....	80
<b>C. Saran</b> .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	83
<b>LAMPIRAN</b> .....	87

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori Kosmetik Mascara Tahun 2014-2019.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	39
Tabel 3. 2 <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran.....	48
Tabel 4. 1 Response Rate.....	52
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden.....	53
Tabel 4. 3 <i>Convergent Validity (Loading Factor)</i> pada putaran 1 .....	55
Tabel 4. 4 Nilai <i>AVE</i> pada putaran 1 .....	56
Tabel 4. 5 Nilai <i>Composite Reliability</i> pada putaran 1 .....	57
Tabel 4. 6 <i>Convergent Validity (Loading Factor)</i> pada putaran 2 .....	58
Tabel 4. 7 Nilai <i>AVE</i> pada putaran 2.....	59
Tabel 4. 8 Nilai <i>Composite Reliability</i> pada putaran 2 .....	60
Tabel 4. 9 <i>Convergent Validity (Loading Factor)</i> pada putaran 3 .....	61
Tabel 4. 10 Nilai <i>AVE</i> pada putaran 3.....	62
Tabel 4. 11 Nilai <i>Composite Reliability</i> pada putaran 3 .....	62
Tabel 4. 12 Hasil Penerimaan/ Penolakan Hipotesis Pengaruh Langsung.....	66
Tabel 4. 13 Hasil Penerimaan/ Penolakan Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung .	67
Tabel 4. 14 Nilai Rata-Rata Variabel <i>Endorsment Beauty Vlogger (EBV)</i> .....	69
Tabel 4. 15 Nilai Rata-Rata Variabel <i>Country of Origin (COO)</i> .....	72
Tabel 4. 16 Nilai Rata-Rata Variabel <i>Country of Origin (COO)</i> .....	74
Tabel 4. 17 Nilai Rata-Rata Variabel <i>Perceived Quality (PQ)</i> .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Diagram Jalur .....	34
Gambar 3. 1 Konstruk Indikator Refleksif.....	44
Gambar 3. 2 Kerangka Diagram Jalur.....	46
Gambar 4. 1 Uji Model Minat Beli Putaran 1 .....	63
Gambar 4. 2 Uji Model Minat Beli Putaran 2.....	64
Gambar 4. 3 Uji Model Minat Beli Putaran 3.....	65



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2 : Respon Rate.....	94
Lampiran 3 : Identitas Responden.....	95
Lampiran 4 : Data Responden Variabel <i>Endorsement Beauty Vlogger</i> .....	100
Lampiran 5 : Data Responden Variabel <i>Country of Origin</i> .....	103
Lampiran 6 : Data Responden Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	106
Lampiran 7 : Data Responden Variabel Minat Beli.....	109
Lampiran 8 : <i>Outer Loading, Discriminant Validity dan Composite Reliability</i> Putaran Pertama .....	112
Lampiran 9 : <i>Outer Loading, Discriminant Validity dan Composite Reliability</i> Putaran Kedua .....	114
Lampiran 10 : <i>Outer Loading, Discriminant Validity dan Composite Reliability</i> Putaran Ketiga.....	116
Lampiran 11 : Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) Putaran 1.....	117
Lampiran 12 : Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) Putaran 2.....	118
Lampiran 13 : Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) Putaran 3.....	119
Lampiran 14 : Hasil Penerimaan/ Penolakan Hipotesis Pengaruh Langsung .....	120
Lampiran 15 : Hasil Penerimaan/ Penolakan Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung .....	121
Lampiran 16 : t tabel .....	122