

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
IKLAN DAN *COUNTRY OF ORIGIN*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MASKARA MAYBELLINE DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**NUR ALIFAH ROSIANTI MANDIRI
1802010249**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
IKLAN DAN *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MASKARA
MAYBELLINE DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***



Herni Justiana Astuti, Ph.D
NIK. 2160183




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Nur Alifah Rosianti Mandiri
NIM : 1802010249
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan
Country Of Origin, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik
Maskara Maybelline di Media Sosial Instagram.

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

DEWAN PENGUJI

Ketua : Herni Justiana Astuti, Ph.D ()
Anggota 1 : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si ()
Anggota 2 : Hermin Endratno, S.E., M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 14 Januari 2022

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Alifah Rosianti Mandiri
NIM : 1802010249
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang 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, 14 Januari 2022

Yang membuat pernyataan



Nur Alifah Rosianti Mandiri
NIM 1802010249

**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 : Nur Alifah Rosianti Mandiri
NIM : 1802010249
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan dan *Country Of Origin*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maskara Maybelline di
Media Sosial Instagram.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, 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 : 14 Januari 2022
yang menyatakan



Nur Alifah Rosianti Mandiri
1802010249

MOTTO

“You are the only person who can create your future” – Kim Taehyung

“Terimakasih buat diriku sendiri karena sudah mau berjuang sejauh ini”

“Sesungguhnya hanya orang-orang yang bersabarlah yang disempurnakan pahalanya tanpa batas”(Q.s. Az-Zumar : 10)



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

*Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak Kusnanto dan Ibu M. Riyanti)
sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas
kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan doa yang telah diberikan selama ini.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa bantuan, bimbingan, dan dukungan 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. Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Herni Justiana Astuti, Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
5. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si, selaku dosen penguji I saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
6. Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku dosen penguji II saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
7. 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.
8. Kedua orang tua Bapak Kusnanto dan Ibu M. Riyanti yang selalu memberikan kasih sayangnya serta dukungan moral maupun materiil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada saya sehingga saya selalu bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Untuk keluarga om tante semua dan kakak-kakak sepupu saya yang sudah mendoakan saya dan memberikan semangat motivasi.
10. Untuk sahabat-sahabatku yang sudah saya anggap seperti keluarga sendiri Rachma, Shely, Nining, Egis, Lutfia, Rifka, Mira, Cicih, dan Fitri terima kasih atas perhatian, kasih sayang, motivasi semangat dan canda tawanya selama ini.
11. Untuk teman teman kontrakan Kubetu Rachma, Fitri, Egis, Mira, Nining, dan Lutfia.
12. Teman Teman seperjuangan Manajemen S1 kelas E Angkatan 2018 Semangat dan Sukses untuk kita semua.
13. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah berkontribusi dan memberikan semangat kepada saya.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 14 Januari 2022

Penulis

Nur Alifah Rosianti Mandiri
NIM 1802010249

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
IKLAN DAN *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Nur Alifah Rosianti M¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
nuralifah217@gmail.com

Herni Justiana Astuti²
Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
hernitugas86@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel independen citra merek, kualitas produk, iklan dan *country of origin* terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Purwokerto yang melakukan keputusan pembelian pada produk maskara Maybelline di Media Sosial Instagram. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan purposive sampling. Berdasarkan kriteria didapatkan sebanyak 120 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *country of origin* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan citra merek, kualitas produk, iklan, dan *country of origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk maskara Maybelline di media sosial Instagram.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, *Country Of Origin*

***INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY,
ADVERTISING AND COUNTRY OF ORIGIN TO PURCHASE
DECISIONS ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA***

Nur Alifah Rosianti M¹

*Faculty of Economics and Business
Unuversitas Muhammadiyah Purwokerto
nuralifah217@gmail.com*

Herni Jutsiana Astuti²

*Faculty of Economics and Businees
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
hernitugas86@gmail.com*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of partially and simultaneously the independent variables of brand image, product quality, advertising and country of origin on the dependent variable of purchasing decisions. The population in this study are people who live in Purwokerto City who make purchasing decisions on Maybelline mascara products on Instagram Social Media. The sample selection in this study was done by purposive sampling. Based on the criteria obtained as many as 120 respondents who became the sample. The data analysis technique used in this research is multiple regression analysis. The results of the analysis show that partially brand image has no effect on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions, country of origin has no effect on purchasing decisions. Meanwhile, simultaneously brand image, product quality, advertising, and country of origin have a positive and significant impact on the purchase decision of Maybelline mascara products on Instagram social media.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Advertising, Country Of Origin*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran	26
D. Hipotesis Penelitian.....	29
E. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel	31
C. Pengumpulan Data	34
D. Variabel Penelitian	36
E. Definisi Operasional.....	37
F. Metode Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Penelitian.....	50
B. Pembahasan.....	79
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	84
B. Keterbatasan Penelitian	84
C. Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Kosmetik Maskara Tahun 2016-2020 ..	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Banyaknya Kuesioner yang disebar berdasarkan Kecamatan.....	34
Tabel 3.2 Definisi Operasional	37
Tabel 4.1 Response Rate	51
Tabel 4.2 Deskripsi Gambaran Umum Responden.....	52
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Citra Merek.....	56
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Kualitas Produk	57
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Iklan	59
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Country Of Origin	60
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek (X1)	63
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	64
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Iklan (X3)	65
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Country of Origin (X4).....	66
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov Test	68
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Uji Glejser.....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan).....	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.20 Kesimpulan Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	44
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Kedua	46
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga	47
Gambar 3.4 Kurva Uji Hipotesis Keempat	48
Gambar 3.5 Kurva Uji Hipotesis Kelima.....	49
Gambar 4.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	72
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	73
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	74
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	75
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima.....	76

