

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KECANTIKAN WARDAH**

**(Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Angkatan Tahun
2022)**

SKRIPSI

Oleh:

Dailamy Achmad

201810325411



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2022)

Nama Mahasiswa : Dailamy Achmad

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325411

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Rabu, 12 Juli 2023

Jakarta, 21 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Matdio Siahaan, S.E., M.M

NIDN : 0413047002

Pembimbing II



Wirawan Widjanarko, S.E., Ak., MM.,

MBA., CMA

NIDN : 0322086605

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk kecantikan Wardah (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2022)

Nama Mahasiswa : Dailamy Achmad

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325411

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Rabu, 12 Juli 2023

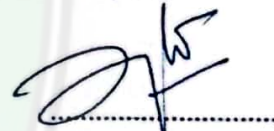
Jakarta, 20 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Tutiek Yoganingsih, S.E., M.Si.
NIDN. 0302016002



Sekretaris Tim Penguji : Dody Kurniawan, S.E., M.M.
NIDN. 0319087903



Penguji : Matdio Siahaan, S.E., M.M.
NIDN. 0413047002



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN : 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIDN : 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan Tahun 2022)” ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 4 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Dailamy Achmad

201810325411

ABSTRAK

Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Program Studi Manajemen Angkatan Tahun 2022). Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kecantikan Wardah pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan Mahasiswa yang telah atau sedang menggunakan produk kecantikan Wardah. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan Teknik *purposive sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 80 responden. Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini ialah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, promosi, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada objek penelitian yang hanya dilakukan pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2022 hal ini dapat menjadi saran untuk peneliti selanjutnya. Kebaruan dalam penelitian ini yaitu menggabungkan variabel gaya hidup, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada satu model penelitian.

Kata kunci (*sentence case*): Gaya Hidup, Promosi, Citra Merek, Wardah.

ABSTRACT

The Impact of Lifestyle, Promotion, and Brand Image on Purchasing Decisions of Wardah Beauty Products (Case Study: Students of Bhayangkara University Jakarta Raya, Management Program, Batch 2022). This research aims to determine the impact of lifestyle, promotion, and brand image on the purchasing decisions of Wardah beauty products among students of Bhayangkara University Jakarta Raya as consumers. The study adopts a quantitative approach, and the subjects are students who have used or are currently using Wardah beauty products. Primary data is utilized for this research. The sampling method employed is non-probability sampling using purposive sampling technique. The total sample size for this study is 80 respondents. The data analysis method used to test the hypotheses is Structural Equation Modeling (SEM) with the application of SmartPLS 3.0. The results of this study indicate that lifestyle, promotion, and brand image have a positive and significant impact on the purchase decision. This study has limitations in terms of the research subjects, which are limited to students of Bhayangkara University Jakarta Raya, Management Program, Batch 2022. This limitation provides a suggestion for future researchers. The novelty of this study lies in combining the variables of lifestyle, promotion, and brand image in relation to purchasing decisions within a single research model.

Keywords (sentence case): Lifestyle, Promotion, Brand Image, Wardah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Melalui ini penulis meneliti bagaimana Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Bhayangkara). Semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti dan khususnya untuk mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis guna menyempurnakan kembali penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti, serta bermanfaat untuk pembaca yang mencari referensi bahan bacaan.

Penulis menyadari dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Bapak Inspektur Jenderal Polisi Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti.
5. Bapak Matdio Siahaan, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Wirawan Widjanarko, S.E., Ak., MM., MBA., CMA selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam penyelesaian skripsi.
6. Segenap Dosen Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberi ilmunya kepada peneliti.

7. Seluruh rekan-rekan di lingkup Civitas Akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah memberikan *support*.

Penulis menyadari masih adanya kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik serta saran yang dapat memperbaiki kekurangan yang ada dalam penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak – pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, 20 Juli 2023



Dailamy Achmad

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Telaah Teoritis	7
2.1.1 Gaya Hidup	7
2.1.1.1 Pengertian Gaya Hidup	7
2.1.1.2 Aspek Gaya Hidup	7
2.1.2 Promosi	9
2.1.2.1 Pengertian Promosi	9
2.1.2.2 Aspek Promosi	10
2.1.2.3 Tujuan Promosi	10
2.1.3 Citra Merek	11
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	11
2.1.3.2 Dimensi Citra Merek.....	12
2.1.3.3 Indikator Citra Merek.....	13
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4.1 Dimensi Keputusan Pembelian	15
2.2 Telaah Empiris	17

2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.2.1 Populasi.....	22
3.2.2 Sampel.....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data	24
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	24
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	26
3.5.1 Metode Analisis data SEM PLS.....	26
3.5.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>outer model</i>).....	27
3.5.3 Evaluasi Model Struktural (<i>inner model</i>).....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum	29
4.1.1 Profil Perusahaan	29
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	30
4.1.3 Produk Kecantikan	31
4.2 Deskripsi Data.....	32
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	33
4.2.2 Identitas Responden	34
4.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	36
4.3.1 Uji Validitas	37
4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	41
4.4.1 Koefisien Determinasi atau R-Square (R^2).....	42
4.4.2 Predictive Relevance (Q^2)	42
4.4.3 Effect Size (F-Square).....	43
4.4.4 <i>Path Coefficient</i> (Koefisien Jalur).....	44
4.5 Uji Hipotesis	45
4.5.1 Variabel: Gaya Hidup	46
4.5.2 Variabel: Promosi.....	46
4.5.3 Variabel: Citra Merek	47
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	47

BAB V PENUTUP	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Implikasi Manajerial	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Empiris	20
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3 <i>Convergent Validity (Loading Factor)</i>	37
Tabel 4.4 <i>Average Variance Extracted</i>	38
Tabel 4.5 <i>Discriminant Validity</i>	39
Tabel 4.6 Reliabilitas Tiap Variabel	40
Tabel 4.7 <i>R-Square</i>	42
Tabel 4.8 <i>Q-Square</i>	43
Tabel 4.9 <i>F-Square</i> Variabel Gaya Hidup	43
Tabel 4.10 <i>F-Square</i> Variabel Promosi	44
Tabel 4.11 <i>F-Square</i> Variabel Citra Merek	44
Tabel 4.12 <i>Path Coefficient</i> (Koefisien Jalur).....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Lokasi PT. Paragon Technology & Innovation.....	29
Gambar 4.2 <i>Outer Model</i>	33
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	34
Gambar 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	35
Gambar 4.5 <i>Outer Model</i>	36
Gambar 4.6 <i>Inner Model</i>	41



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Uji Plagiarisme
- Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi
- Lampiran 3 Tabulasi Data Responden
- Lampiran 4 Biodata Mahasiswa
- Lampiran 5 Kartu Bimbingan Mahasiswa

