

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VARIAN KOSMETIK
WARDAH MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi
Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

OLEH:

INTAN KHOIRUNNISA YAHYA

202110325278



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Kosmetik Wardah Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Intan Khoirunnisa Yahya

Nomor Pokok : 202110325278

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENYETUJUI,

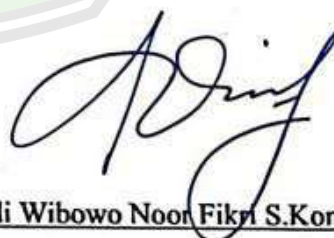
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Cristophorus Indra Wahyu Putra, S.E., M.Si

NIDN. 0331086601



Adi Wibowo Noor Fikri S.Kom., MBA

NIDN. 0325027901

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Kosmetik Wardah Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Intan Khoirunnisa Yahya
Nomor Pokok : 202110325278
Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Wirawan Widjanarko, SE. AK., MM., MBA., CMA
NIDN. 0322086605
Sekretaris Tim : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM
Penguji : Christophorus Indra Wahyu Putra SE., Msi
NIDN. 0331086601

Siara
.....
Frava
.....
Indroputra
.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

[Signature]
Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

[Signature]
Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Intan Khoirunnisa Yahya
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325278
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 17 Januari 2003
Alamat : Metland Tambun Cluster Fontania M2 NO.3
RT 004/RW 008, Kelurahan Tambun, Kecamatan
Tambun Selatan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Varian Kosmetik Wardah melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen)”** ini adalah 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 penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan 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, 28 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Intan Khoirunnisa Yahya

202110325278

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening pada varian kosmetik Wardah di kalangan mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 130 orang. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui aplikasi SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (3) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, (5) Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (6) *Brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli, dan (7) Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

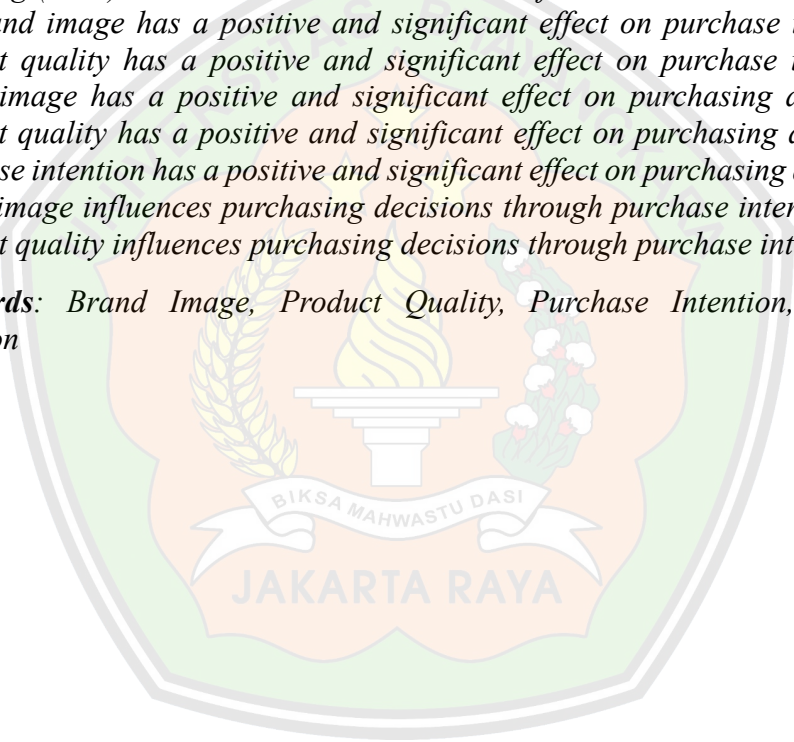
Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk, Minat Beli, Keputusan Pembelian

ABSTRAK

This study aims to analyze the influence of brand image and product quality on purchasing decisions through purchase intention as an intervening variable on Wardah cosmetic variants among Management Study Program students at Bhayangkara University, Jakarta Raya.

The research employs a quantitative approach using a survey method through the distribution of questionnaires. The sampling technique used is purposive sampling, with a total of 130 respondents. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS version 4 software. The results indicate that: (1) Brand image has a positive and significant effect on purchase intention, (2) Product quality has a positive and significant effect on purchase intention, (3) Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, (4) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, (5) Purchase intention has a positive and significant effect on purchasing decisions, (6) Brand image influences purchasing decisions through purchase intention, and (7) Product quality influences purchasing decisions through purchase intention.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Purchase Intention, Purchasing Decision*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas khadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Kosmetik Wardah Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”. Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan program studi dan untuk memperdalam pemahaman penulis mengenai pentingnya strategi pemasaran dan kualitas produk. Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan banyak pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terhadap :

1. Irjen, Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Supriyanto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing saya dikampus selama ini.
5. Christophorus Indra Wahyu Putra, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah bersedia dalam membimbing dan memberi arahan untuk penulisan skripsi.

6. Adi Wibowo Noor Fikri S.Kom , MBA selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penulisan skripsi.
7. Terkhusus, penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Hery Agus Yahya dan Ibunda Irma Yanti Munandar, yang telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam setiap langkah penulis. Terima kasih atas segala cinta, doa, dan pengorbanan yang tidak pernah putus sejak awal perjalanan ini. Terima kasih juga karena selalu mengusahakan yang terbaik untuk anak-anaknya dengan penuh ketulusan dan tanpa pamrih. Semoga setiap lelah, doa, dan pengorbanan yang telah Bapak dan Ibu curahkan menjadi ladang pahala yang tak terputus, serta dibalas oleh Allah SWT dengan keberkahan dalam hidup, kelapangan rezeki, dan kemuliaan di sisi-Nya.
8. Teruntuk adik tersayang, Nur Aisyah Yahya, yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan keceriaan di tengah proses penulisan ini. Semoga ikatan kasih sayang ini senantiasa terjaga dan menjadi kekuatan untuk saling mendukung dalam perjalanan hidup ke depan.

Penulis



Intan Khoirunnisa Yahya

202110325278

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRAK.....	v
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	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Batasan Masalah.....	15
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Telaah Teoritis	17
2.1.1 Perilaku Konsumen	17
2.1.2 Keputusan Pembelian	18
2.1.3 Minat Beli.....	20
2.1.4 Brand Image	22
2.1.5 Kualitas Produk	26
2.2 Telaah Empiris.....	28
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	36

3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Tahapan Penelitian	36
3.3 Model Konseptual	37
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.4.1 Populasi	37
3.4.2 Sampel.....	38
3.5 Jenis dan Sumber Data	39
3.5.1 Jenis Data	39
3.5.2 Sumber Data	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6.2 Teknik Pengolahan Data.....	41
3.7 Definisi Operasional Variabel	41
3.7.1 Variabel Penelitian.....	41
3.8 Skala Pengukuran.....	43
3.9 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	44
3.9.1 Teknik Analisis Data SEM PLS	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1 Profil Perusahaan.....	50
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	51
4.1.3 Logo Perusahaan	52
4.1.4 Produk Kecantikan	52
4.2 Deskripsi Data.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden	54
4.3 Hasil Analisi Data.....	58
4.3.1 Skema Model Partial Least Square	58
4.3.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	58
4.3.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	64
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	72
4.4 Pembahasan.....	74

BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Empiris.....	29
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	42
Tabel 3. 2 Penilaian Skala Likert	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	56
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	57
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	57
Tabel 4. 6 Hasil Outer Loading	60
Tabel 4. 7 Hasil Average Variance Extracted	61
Tabel 4. 8 Hasil Cross Loading	62
Tabel 4. 9 Hasil Cronbach Alpha dan Composite Reliability	64
Tabel 4. 10 Hasil Nilai R - Square	66
Tabel 4. 11 Hasil Nilai Q - Square	67
Tabel 4. 12 Hasil Path Coefficient (Direct Effect)	68
Tabel 4. 13 Spesifict Indisirect Effect.....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Perawatan dan Kecantikan Tahun 2022 - 2024	1
Gambar 1. 2 Survei Brand Kosmetik	2
Gambar 1. 3 Top Brand Kosmetik Bulan April - Juni 2022.....	3
Gambar 1. 4 10 Top Brand Kosmetik Terlaris Bulan April - Mei 2024.....	3
Gambar 1. 5 Pra- Survei Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	5
Gambar 1. 6 Pra - Survei Terhadap Brand Image Wardah	6
Gambar 1. 7 Pra - Survei Terhadap Kualitas Produk Wardah.....	8
Gambar 1. 8 Ulasan Pelanggan Produk Wardah di e-commerce	9
Gambar 1. 9 Pra - Survei Terhadap Minat Beli Konsumen	11
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 3. 1 Model Konseptual	37
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	52
Gambar 4. 2 Outer Model	59
Gambar 4. 3 Inner Model	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Uji Plagiarisme	90
Lampiran 1. 2 Uji Referensi.....	93
Lampiran 1. 3 Kuesioner.....	102
Lampiran 1. 4 Tabulasi Data Responden	109
Lampiran 1. 5 Hasil Uji Smart PLS	123
Lampiran 1. 6 Surat persetujuan Penelitian	128
Lampiran 1. 7 Buku Bimbingan.....	130
Lampiran 1. 8 Daftar Riwayat Hidup.....	133

