

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *MARKETING DIGITAL*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN WARDAH**

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen

Univeritas Ahmad Dahlan

Yogyakarta



Disusun Oleh:

Meylina Rusdianto

2100011321

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *MARKETING*
DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN
WARDAH



Pembimbing

Drs., Hendro Setyono, S.E., M.Sc.

NIPM : 19641105 199204 111 0734598

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *MARKETING*
DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN
WARDAH

Diajukan Oleh
MEYLINA RUSDIANTO
NIM : 2100011321

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan
Tanggal :2025

Yang terdiri dari
Ketua

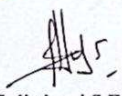

Ahmad Rizal Sholihudin, S.M.B., M.B.A
NIPM : 19900310 201601 111 1220409

Penguji I

Penguji II


Drs., Hendro Setyono, S.E., M.Sc.

NIPM : 19641105 199204 111 0734598


Tina Sulistiyani, S.E., M.M.

NIPM : 19730905 200002 011 0861603

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan



Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQR
NIPM. 197006201996010110784

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **"PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY DAN MARKETING DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN WARDAH"** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

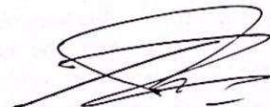
Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut di atas yakni mengikuti karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 09 April 2025

Yang menyatakan



Saksi 1, Ketua Tim Penguji


Ahmad Rizal Sholihudin, S.M.B., M.B.A
NIPM : 19900310 201601 111 1220409

Saksi 2, Anggota Tim Penguji


Drs., Hendro Setyono, S.E., M.Sc.
NIPM : 19641105 199204 111 0734598

Saksi 3, Anggota Tim Penguji


Tina Sulistiyani, S.E., M.M.
NIPM : 19730905 200002 011 0861603

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meylina Rusdianto

Nim : 2100011321

Email : meylina2100011321@webmail.uad.ac.id

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Progran : Manajemen

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *MARKETING DIGITAL* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN WARDAH.**

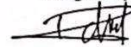
Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan ataupun insitisi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian atau implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan tidak benaran dalam penelitian ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, ~~09~~ April2025

Yang menyatakan



Meylina Rusdianto
NIM : 2100011321

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meylina Rusdianto

Nim : 2100011321

Email : meylina2100011321@webmail.uad.ac.id

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Progran : Manajemen

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *MARKETING DIGITAL* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN WARDAH.**

Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut.

Saya (mengizinkan / ~~tidak-mengizinkan~~) karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Respository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

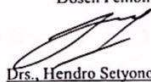
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, ~~09~~ April 2025
Yang menyatakan



Meylina Rusdianto
NIM : 2100011321

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Drs. Hendro Setyono, S.E., M.Sc.
NIPM : 19641105 199204 111 0734598

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt yang telah memberikan karunia, rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality* Dan *Marketing Digital* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah”. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa tersusunya skripsi ini tidak hanya kemampuan dari penulis sendiri melainkan banyak berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongan-Nya selama penulis menyusun skripsi.
2. Prof.Muchlas Arkanuddin, M.T., Rektor Universitas Ahmad Dahlan, yang telah memberikan penulis kesempatan untuk menyelesaikan pendidikan di Universitas Ahmad Dahlan.
3. Dr Dini Yuniarti, SE., M,Si., CIQnR selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan support kepada mahasiswanya.
4. Ibu Tina Sulistyani,S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan arahan dukungan, semangat dan motivasi selama perkuliahan.

5. Drs., Hendro Setyono, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, saran, dorongan, serta motivasi yang sangat luar biasa kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Dewan penguji yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk memaparkan hasil penelitian.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Segenap Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, yang telah memberikan layanan serta bantuan kepada penulis.
9. Kepada kedua orang tua yang paling berjasa dalam hidup saya Ayah Suyanto dan Ibu Rusmini yang telah memberikan banyak dukungan, doa, dan motivasi dari berbagai pihak dan yang selalu memberikan cinta, doa, dukungan tanpa henti. Tanpa kasih sayang, kesabaran, serta dorongan mereka, perjalanan akademik saya tidak akan sampai pada tahap ini.
10. Kepada orang tersayang saudara-saudara saya juga mengucapkan terimakasih untuk Nenek Sutinah dan Katirah, Bude Sumarni, dan juga saudara perempuan Ayah saya Rudyanti dan Eko Gunandi serta kepada sepupu-sepupu saya Angelina dan Gisela yang senantiasa memberikan semangat, doa, dukungan dan selalu ada di belakang kesuksesan dan keterpurukan penulis sehingga bisa sampai dalam pencapaian ini.

11. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga seluruh amal baik yang telah diberikan kepada penulis akan diberikan balasan yang lebih besar oleh Allah SWT dan semoga skripsi ini berguna sebagai tambahan informasi dan ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D.Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A.Landasan Teori.....	7
1.Brand Image	7
2.Product Quality	8
3.Marketing Digital	9
4.Keputusan Pembelian.....	10
B.Penelitian Terdahulu	12
C.Pengembangan Hipotesis	15
D. Model Penelitian	18

BAB III METODE PENELITIAN.....	19
A.Paradigma Penelitian.....	19
B.Populasi dan Sampel.....	19
1.Populasi.....	19
2.Sampel.....	20
C.Teknik Sampling	20
D.Jumlah Target Sampel.....	21
E.Jenis Data yang Digunakan	21
F.Metode Pengumpulan Data.....	22
G.Skala Pengukuran	22
H.Definisi Operasional.....	23
I.Uji Instrumen	25
J.Analisa Model Pengukuran atau Outer Model	27
K.Analisa Model Struktual atau Iner Model	28
L.Uji Hipotesis	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
A.Pengumpulan Data	30
B.Analisis Deskriptif	31
C.Deskripsi Jawaban Responden	36
D.Estimasi Model Pengukuran (Outer Model)	40
E.Model Struktural (Iner Model)	45
F.Uji Hipotesis	47
G.Pembahasan	49
BAB V PENUTUP.....	53
A. Kesimpulan	53
B.Keterbatasan Penelitian	53
C. Saran.....	54
Daftar Pustaka	56
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Skala Likert	23
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	23
Tabel 4.1 Tingkat Pengambilan Kuesioner	30
Tabel 4.2 Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.3 Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.4 Karakteristik Reponden Berdasarkan Domisili.....	33
Tabel 4.5 Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.6 Karakteristik Reponden Berdasarkan Pendidikan Akhir	35
Tabel 4.7 Karakteristik Reponden Berdasarkan Penghasilan	36
Tabel 4.8 Item <i>Brand Image</i>	37
Tabel 4.9 Item <i>Product Quality</i>	38
Tabel 4.10 Item <i>Marketing Digital</i>	39
Tabel 4.11 Item Keputusan Pembelian	40
Tabel 4.12 Nilai <i>Convergen Validity</i>	41
Tabel 4.13 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	42
Tabel 4.14 <i>Crombach Alpha dan Composite Reliability</i>	44
Tabel 4.15 <i>R-Square</i>	46
Tabel 4.16 Hasil <i>Boostramping</i> Pengaruh Langsung	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Merek kosmetik lokal	3
Gambar 4.1 Mode Struktural	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner <i>Brand Image</i>	63
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner <i>Product Quality</i>	66
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner <i>Marketing Digital</i>	69
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner Keputusan Pembelian.....	72
Lampiran 6 Hasil Uji Model Struktural SmartPLS 3.0	76
Lampiran 7 Hasil Olah Data SmartPLS 3.0	77

INTISARI

Saat ini, industri kosmetik di Indonesia berkembang pesat dengan persaingan yang semakin ketat. Wardah, sebagai merek salah satu halal ternama, terus berinovasi untuk mempertahankan daya saingnya di pasar. Faktor-faktor seperti citra merek (*brand image*), kualitas produk (*product quality*), dan pemasaran digital (*marketing digital*) menjadi aspek penting yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, *Marketing Digital* terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis data menggunakan SmartPLS 3.0. Sampel penelitian berjumlah 114 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Marketing Digital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah.

Kata Kunci : *Brand Image, Product Quality, Marketing Digital, Keputusan Pembelian.*