

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE MEREK MS GLOW DI KOTA
SINTANG KALIMANTAN BARAT
SKRIPSI**



DISUSUN OLEH:

FENI LENDRAYANI

11190768

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW DI
KOTA SINTANG KALIMANTAN BARAT**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen



DISUSUN OLEH:

FENI LENDRAYANI

11190768

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feni Lendrayani
NIM : 11190768
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE MEREK MS GLOW DI KOTA SINTANG KALIMANTAN
BARAT”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 07 Juni 2023

Yang menyatakan



(Feni Lendrayani)
NIM 11190768

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN BRAND AMBASSADOR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MEREK MS GLOW DI
KOTA SINTANG KALIMANTAN BARAT**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

FENI LENDRAYANI

11190768

Dalam Ujian Skripsi Program

Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

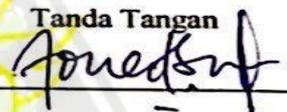
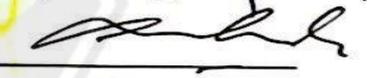
Sarjana Pada tanggal

30 Mei 2023

Nama Dosen

1. Jonathan Herdioko, S.E., M.M
(Ketua Tim Penguji)
2. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D
(Dosen Penguji)
3. Dr. Singgih Santoso, M.M
(Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan


Yogyakarta, 06 Juni 2023

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

” PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN *BRAND AMBASSDOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* MEREK MS GLOW DI KOTA SINTANG KALIMANTAN BARAT”

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi yang telah saya buat adalah hasil plagiarisme atau tiruan dari karya pihak lain maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 08 Mei 2023



Feni Lendrayani

11190768

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya, saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Brand Ambassador* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* merek MS Glow di Kota Sintang Kalimantan Barat” Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih terdapat kekurangan-kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

Proses penulisan skripsi ini mengalami banyak kendala, namun berkat bimbingan, kerjasama, bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, terutama kepada:

1. Dr. Singgih Santoso, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing, yang dengan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
2. Dr. Perminas Pangeran, M.Si.,CSA.,CRP selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana
3. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses perkuliahan dan penulisan tugas akhir skripsi.
4. Kedua orang tua saya serta kedua adik saya yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan dalam saya menyelesaikan skripsi

5. Teman-teman seperjuangan saya yang menjadi saksi dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca serta bermanfaat dalam pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 08 Mei 2023



Feni Lendrayani



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan.....	7
1.4 Kontribusi Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kualitas Produk	9
2.1.1 Definisi Kualitas Produk	9
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas produk	9
2.1.3 Indikator Kualitas Produk	11
2.2 Promosi.....	12
2.2.1 Definisi Promosi	12
2.2.2 Indikator Promosi	12
2.3 <i>Brand Ambassador</i>	13
2.3.1 Definisi Brand Ambassador	13
2.3.2 Indikator Brand ambassador.....	14
2.3.3 Karakteristik Brand Ambassador	15
2.4 Keputusan Pembelian.....	15

2.4.1	Definisi Keputusan Pembelian	15
2.4.2	Indikator Keputusan Pembelian	17
2.4.3	Proses keputusan pembelian.....	18
2.5	Penelitian Terdahulu.....	20
2.6	Kerangka Pemikiran	26
2.7	Pengembangan Hipotesis	26
BAB III	METODE PENELITIAN.....	29
3.1	Data Penelitian.....	29
3.1.1	Data Primer.....	29
3.1.2	Data Sekunder	29
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.3	Populasi	30
3.4	Sampel	30
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	32
3.5.1	Variabel Penelitian	32
3.5.2	Metode Pengukuran.....	35
3.6	Uji Hipotesis	37
3.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.6.2	Analisis Deskriptif.....	37
3.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.6.4	Uji Simultan (Uji-F).....	38
3.6.5	Uji Signifikan Secara Parsial (Uji-t).....	39
3.7	Desain Penelitian	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Statistik Deskriptif.....	41
4.2	Hasil Uji Instrumen Penelitian	44
4.1.1	Hasil Uji Validitas	44
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	46
4.3	Hasil Uji Hipotesis	47
4.3.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	47
4.3.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4.3.3	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji-f).....	52
4.3.4	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	53
4.4	Pembahasan	54
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	57

5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	58
5.3 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	63



**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* MEREK MS GLOW
DI KOTA SINTANG KALIMANTAN BARAT”**

Feni Lendrayani 1190768

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: fenilendra641@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* MS Glow di kota sintang kalimantan barat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, terdapat variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yaitu kualitas produk, promosi dan *brand ambassador*. Sedangkan untuk variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang pernah atau sedang menggunakan produk *skincare* MS Glow. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode non probability sampling, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 (seratus) responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linear berganda, untuk melakukan uji koefisien determinasi (R^2), Uji F, dan Uji t, dengan terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen penelitian dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil dan analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa koefisien determinasi R^2 yaitu sebesar 61,5% dengan persentase 61,5%, menunjukkan bahwa variabel dependen dipengaruhi sebesar 61,5% dan variabel independen sebesar 38,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model regresi. Melalui uji regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, promosi dan *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *skincare* MS Glow di Kota Sintang Kalimantan Barat.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, *Brand Ambassador* dan Keputusan Pembelian

“THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION, AND BRAND AMBASSADOR ON THE PURCHASE DECISION OF MS GLOW BRAND SKINCARE PRODUCTS IN SINTANG CITY, WEST KALIMANTAN”

Feni Lendrayani
1190768

Faculty of Business Management Study Program
Duta Wacana Christian University
[Email: fenilendra641@gmail.com](mailto:fenilendra641@gmail.com)

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, promotions, and brand ambassadors on purchasing decisions for MS Glow skincare products in the city of Sintang, West Kalimantan. This research is a quantitative research. In this study, there are independent variables and dependent variables. The independent variables are product quality, promotions and brand ambassadors. As for the dependent variable, namely the purchase decision. The population in this study were consumers who had or are currently using MS Glow skincare products. Determination of the sample in this study using a non-probability sampling method, with purposive sampling technique. The sample in this study was 100 (one hundred) respondents. This study uses the method of data analysis multiple linear regression, to test the coefficient of determination (R^2), F test, and t test, by first testing the research instrument with validity and reliability tests. The results and data analysis that has been carried out show that the coefficient of determination R^2 is equal to 615 with a percentage of 61.5%, indicating that the dependent variable is affected by 61.5% and the independent variable is 38.5% other influenced by other factors outside the regression model. Through multiple linear regression tests, it can be concluded that product quality, promotions and brand ambassadors have a significant effect on purchasing decisions for MS Glow skincare products in Sintang City, West Kalimantan.

Keywords: Product Quality, Promotion, Brand Ambassador and Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, perkembangan industri kecantikan di Indonesia semakin pesat. Terutama industri kecantikan perawatan kulit. Hal ini dikarenakan kebutuhan akan skincare atau perawatan kulit akan terus ada. Pada jaman sekarang, semua orang tentunya menginginkan kulit yang cerah dan bersih baik itu perempuan maupun pria. Masa pandemi yang berlangsung dari awal tahun 2020 hingga sekarang membuat produk skincare semakin terkenal karena banyak orang yang memiliki waktu lebih untuk memperhatikan dan merawat dirinya. Selain itu, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat tidak hanya menjadi sarana hiburan dan sumber informasi tetapi juga dijadikan sarana untuk berbisnis. Perkembangan teknologi yang terjadi pada saat ini memberikan dampak bagi pelaku usaha untuk mempromosikan produknya dan juga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya salah satunya dalam membeli produk skincare.

Saat ini produk skincare sangat diperlukan oleh semua kaum baik itu perempuan maupun laki-laki walaupun lebih mayoritas ke kaum perempuan tetapi tidak menutup kemungkinan kaum laki-laki juga menggunakan skincare untuk merawat kulit mereka khususnya untuk perempuan dan laki-laki di daerah Sintang Kalimantan Barat. Pemakaian produk skincare secara teratur dan konsisten dapat membuat wajah menjadi putih, bersih, dan

glowing, tentunya hal itu membuat banyak orang lebih percaya diri dengan penampilan khususnya ketika ditempat umum. Pembelian produk skincare pada saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh *brand ambassador* dan promosi yang menarik, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas produk yang tentunya aman untuk digunakan dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Salah satu produk skincare yang populer dan banyak digunakan pada saat ini, termasuk di Kota Sintang Kalimantan Barat yaitu produk skincare merek Ms Glow. Ms Glow merupakan produk lokal asal Indonesia. Perusahaan ini didirikan oleh dua sahabat, yakni Shandy Purnamasari dan Maharani Kemala yang cukup tajam menganalisa kondisi kulit dan kebutuhan pasar nusantara dengan menyajikan rangkaian perawatan yang lengkap. Ms Glow sendiri merupakan singkatan dari Magic For Skin yang mencerminkan produk glowing dan sudah berdiri sejak tahun 2013. Melansir dari website resminya, Ms Glow adalah bagian dari PT. Kosmetika Cantik Indonesia yang berlokasi di Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Saat ini, Ms Glow telah mendirikan sejumlah klinik kecantikan dengan 15 cabang di kota-kota besar di Indonesia.

Pada klinik kecantikan dapat dilakukan beberapa perawatan yang ditawarkan, seperti *Laser, Meso, skin rejuvenation, V shape, microdermabrasi, beauty transformation* dan lainnya yang langsung ditangani oleh Dokter ahli. Ms Glow sendiri memiliki produk perawatan untuk kulit berjerawat, kulit kering, produk-produk pencegahan penuaan dini hingga seri pencerah kulit yang menawarkan hasil akhir yang glowing bak perempuan Korea tersedia lengkap

di Ms Glow dan telah disertifikasi keamanannya. (Sumber: Msglowid.com).

Gambar 1. 1 MS Glow sebagai brand lokal yang paling diminati di platform e-commerce di Indonesia

Tiga besar produk skincare paling laku adalah keluaran merek lokal



Hingga akhir maret 2022, MS glow memimpin dengan menguasai pangsa pasar sebesar 8,2 % pada akhir kuartal I 2022. Angka ini menurun jika dibandingkan pada akhir tahun 2021 yaitu sebesar 12,6 % namun MS Glow tetap memimpin dikategori skincare, diikuti oleh Scarlet dan Somethinc yang juga tetap stabil menduduki posisi ke-2 dan ke-3 sejak Desember 2021.

Perusahaan kosmetik Ms Glow sukses meraih penghargaan marketers OMNI Brands of the year 2020 berkat strategi pemasaran omni channel yang diimplementasikan sejak beberapa tahun yang lalu. Pemilik Ms Glow Shandy Purnamasari mengatakan strategi omnichannel memungkinkan Ms Glow tumbuh dengan cepat dan tidak hanya di Indonesia tetapi juga luar negeri. Lebih dari 2 juta produk Ms Glow terjual setiap bulan dengan kategori produk mencapai tiga juta SKU. Bahan, portofolio bisnis terus bertambah dari sekedar

menjual produknya memiliki pabrik sendiri. (Sumber: Berita.com, 2020).

Ms Glow juga berhasil meraih Indonesia Best Brand Award (IBBA) 2020 dalam kategori Perawatan wajah yang dijual secara eksklusif, yakni sebuah perusahaan bergengsi bagi brand-brand di Indonesia yang telah sukses membangun popularitas serta meningkatkan aktivitas brand-nya. Ms Glow juga berhasil meraih penghargaan dalam kategori all-in marketing on multiple platform, di acara “Marketeers Omni Brands of the year 2021”. Dalam hal ini Ms Glow berhasil memboyong penghargaan ini selama dua tahun berturut-turut. (Sumber: Berita satu.com, 2021).

Perkembangan dunia bisnis yang sangat cepat pada masa kini, membuat banyak perusahaan produk kecantikan menggunakan berbagai cara untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat, salah satu cara yang digunakan yaitu dengan menjadikan aktris atau selebriti sebagai brand ambassador. Menurut Firmansyah (2019:125) duta merek trendsetter sering digunakan sebagai pendukung merek di sektor pemasaran. Seorang duta merek adalah orang yang sangat menyukai suatu produk dan bisa mendapatkan atau mengundang pelanggan untuk membeli atau menggunakannya. Saat ini banyak pemilik produk kecantikan asal Indonesia menjadikan selebriti tanah air sebagai brand ambassador untuk mempromosikan produknya dengan cara yang menarik, dalam hal ini Ms Glow juga menggunakan beberapa selebriti dan artis tanah air sebagai brand ambassador produk skincare Ms Glow. Pemilihan brand ambassador tentunya tidak lepas dari kepopuleran budaya dan selebriti atau artis yang dijadikan sebagai brand ambassador itu sendiri karena hal itu

harus dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan dan pengenalan produk menjadi semakin luas dan dikenal oleh banyak orang dengan promosi yang berbeda.

Perkembangan teknologi internet yang semakin modern dan mudah diakses dimanfaatkan oleh Ms Glow untuk mempromosikan produk melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan media sosial lainnya. Menurut Alma dalam (Wulandari, 2016) menjelaskan bahwa Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dalam melakukan promosi, media sosial memiliki peran yang penting. Salah satu media promosi yang sedang *trend* saat ini adalah TikTok. TikTok tidak hanya dijadikan sebagai media hiburan, tetapi juga digunakan sebagai media promosi untuk menjual suatu produk. Dalam hal ini, Ms Glow juga turut memanfaatkan popularitas TikTok sebagai media promosi, selain menampilkan sebuah gambar, Ms Glow juga menampilkan video-video yang menarik untuk ditonton dan melalui aplikasi TikTok juga konsumen bisa langsung melakukan pembelian melalui fitur jualan yang ada pada aplikasi TikTok.

Selain pengaruh dari brand ambassador dan promosi, masyarakat juga melihat dari sisi kualitas yang diberikan. Produk dengan kualitas baik cenderung digemari oleh masyarakat apalagi jika disertai dengan harga yang terjangkau, karena diyakini dapat membantu memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Produk

skincare Ms Glow tentunya sudah teruji klinis dan BPOM, sehingga aman untuk digunakan dan tidak menyebabkan kerusakan pada kulit. Kualitas produk yang baik tentunya membuat para konsumen melakukan pembelian yang berulang sehingga produk Ms Glow tidak diragukan lagi. Pada saat ini banyak anak muda yang memilih produk Ms Glow sebagai skincare perawatan wajah karena kualitasnya yang baik dan cocok serta aman pada kulit mereka dan bukan hanya dari kepopulerannya saja.

Berdasarkan uraian yang diberikan maka peneliti tertarik untuk mengangkat topik dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MEREK MS GLOW DI KOTA SINTANG KALIMANTAN BARAT”**

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare merek Ms Glow?
- b. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare merek Ms Glow?
- c. Apakah brand ambassador berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare merek Ms Glow?

1.3 Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian produk skincare merek Ms Glow.

- b. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare merek Ms Glow.
- c. Untuk mengetahui apakah brand ambassador berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare merek Ms Glow.

1.4 Kontribusi Penelitian

- a. Kontribusi untuk penulis

Dalam penelitian ini harapan penulis dapat memperluas wawasan pengetahuan dan informasi terutama dibidang pemasaran melalui variabel yang diteliti yaitu Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian produk skincare merek MS Glow di Kota Sintang, Kalimantan Barat

- b. Kontribusi untuk Perusahaan

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian produk skincare merek MS Glow di Kota Sintang, Kalimantan Barat supaya bisa dijadikan acuan dalam menetapkan strategi pemasaran dan guna meningkatkan keuntungan perusahaan

- c. Akademis

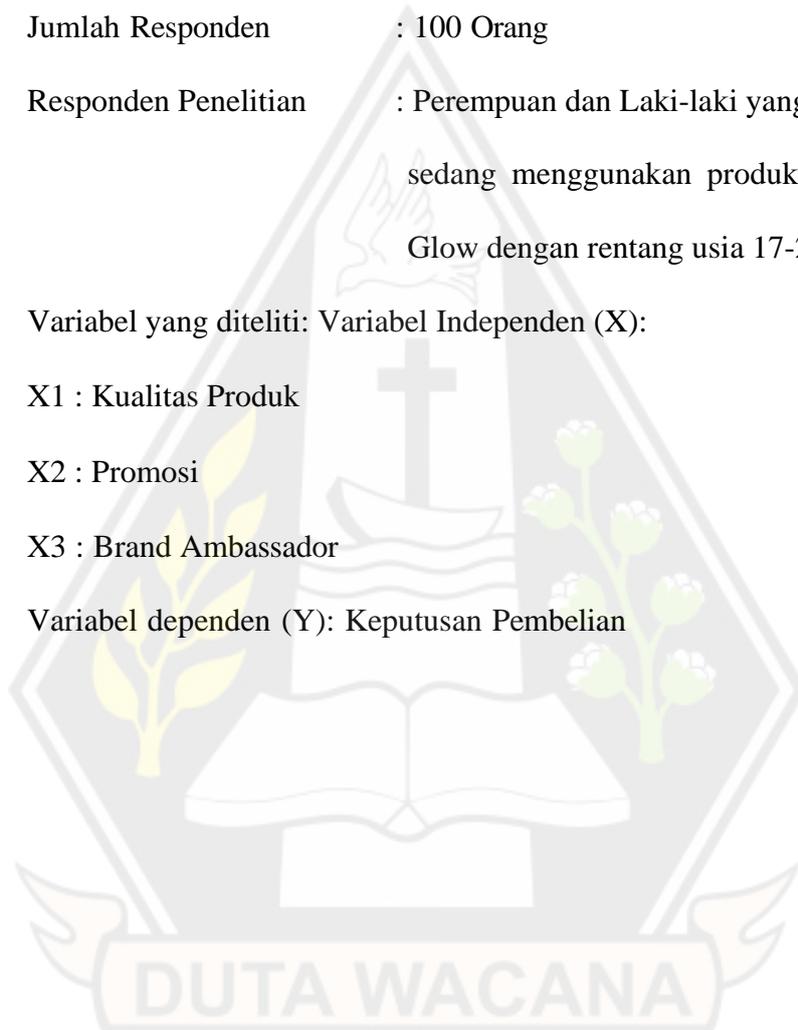
Penelitian ini menjadi bahan referensi, menambah pengetahuan serta dapat menjadi pertimbangan dalam menyusun penelitian selanjutnya yang terkait dengan manajemen pemasaran

1.5 Batasan Masalah

Pembahasan pada penelitian ini terkait dengan kualitas produk,

Promosi, Brand Ambassador dan Keputusan Pembelian produk skincare Ms Glow. Berikut Batasan penelitian agar pembahasan pada penelitian ini lebih fokus:

- a. Tempat Penelitian : Sintang, Kalimantan Barat
- b. Waktu Penelitian : Maret- April 2023
- c. Jumlah Responden : 100 Orang
- d. Responden Penelitian : Perempuan dan Laki-laki yang pernah atau sedang menggunakan produk skincare Ms Glow dengan rentang usia 17-28 tahun.
- e. Variabel yang diteliti: Variabel Independen (X):
X1 : Kualitas Produk
X2 : Promosi
X3 : Brand Ambassador
Variabel dependen (Y): Keputusan Pembelian



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul ” Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Merek MS Glow Di Kota Sintang Kalimantan Barat” melalui survei terhadap 100 responden yang menggunakan produk *skincare* merek MS Glow dengan membagikan kuesioner terdapat beberapa hasil yang dapat disimpulkan sebagai berikut;

- a. Responden yang menggunakan produk *skincare* MS Glow di dominasi oleh jenis kelamin perempuan dengan jumlah 87 orang, berdasarkan kategori usia 21-24 tahun berjumlah 56 orang, berdasarkan kategori pekerjaan yaitu pelajar/mahasiswa berjumlah 71 orang, berdasarkan kategori pengeluaran dalam sebulan paling banyak >1.500.000-2.000.000 terdiri dari 58 orang, berdasarkan penggunaan produk dalam jangka waktu 6 bulan 1-3 kali sebanyak 68 orang.
- b. Berdasarkan hasil uji parsial menyatakan bahwa variabel kualitas produk (x1) mempunyai pengaruh signifikan dan secara positif terhadap keputusan pembelian (y) produk *skincare* merek MS Glow di Kota Sintang Kalimantan Barat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 (hipotesis pertama) yaitu variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian dapat diterima.

- c. Hasil uji parsial menyatakan bahwa variabel Promosi (x_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (y) produk *skincare* merek MS Glow di Kota Sintang Kalimantan Barat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 (hipotesis kedua) yaitu Promosi berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian dapat diterima.
- d. Berdasarkan hasil uji parsial menyatakan bahwa variabel Brand Ambassador (x_3) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) produk *skincare* merek MS Glow di Kota Sintang Kalimantan Barat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 (hipotesis ketiga) yaitu variabel *Brand Ambassador* berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian dapat diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- a. Dalam melakukan penelitian ini terdapat keterbatasan yang penulis temui dikarenakan kuesioner ini bersifat tertutup sehingga responden tidak memiliki keleluasan untuk mengisi kuesioner sehingga berpengaruh terhadap jawaban yang tidak lengkap dan tidak akurat.
- b. Variabel penelitian yang diteliti hanya sebatas kualitas produk, promosi, dan brand ambassador, sementara masih ada variabel lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian seperti persepsi harga, citra merek, dan lain-lain.
- c. Penulis tidak dapat mengontrol secara langsung jawaban responden dikarenakan menggunakan kuesioner yang dibuat melalui *google form*, sehingga kejujuran dari responden tidak dapat dipastikan.

5.3 Saran

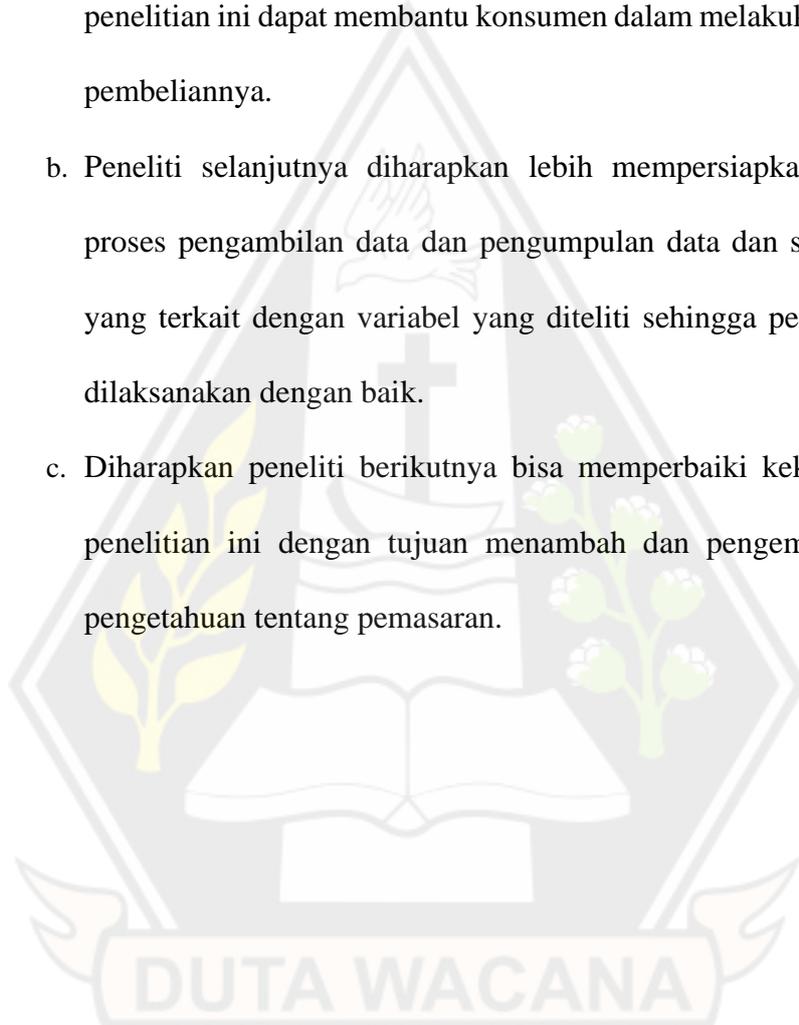
Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

5.3.1 Bagi Perusahaan

- a. Mayoritas konsumen yang membeli dan menggunakan produk skincare MS Glow puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh MS Glow, dengan begitu pihak MS Glow harus tetap meningkatkan beberapa indikator seperti kinerja, keandalan, daya tahan dan estetika pada kualitas produk yang dipasarkan agar tetap terjaga dan mempertahankan keputusan pembelian agar dapat selalu menjadi konsumen yang setia.
- b. Harga skincare MS Glow harus disesuaikan dengan kualitas produk dan isi skincare tersebut. Jika kualitas produk skincare kurang baik dan isi tidak sesuai dengan harga maka dapat menyebabkan menurunnya keputusan pembelian.
- c. Keputusan pembelian adalah faktor yang menyebabkan meningkat atau menurunnya suatu penjualan. MS Glow harus membuat daya tarik konsumen atau calon konsumen untuk tetap membeli produk skincare tersebut melalui promosi yang diberikan dengan penjelasan mengenai kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai. Oleh sebab itu, dengan adanya hasil penelitian ini di harapkan MS Glow bisa mengambil keputusan untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.

5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat menggunakan hasil dari penelitian ini sebagai referensi maupun sebagai acuan penelitiannya. Sehingga adapat memperdalam analisis menggunakan variabel berbeda seperti citra merek,loyalitas pelanggan dan lain-lain. Hasil penelitian ini dapat membantu konsumen dalam melakukan keputusan pembeliannya.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan data dan pengumpulan data dan segala sesuatu yang terkait dengan variabel yang diteliti sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan baik.
- c. Diharapkan peneliti berikutnya bisa memperbaiki kekurangan dari penelitian ini dengan tujuan menambah dan pengembangan ilmu pengetahuan tentang pemasaran.



DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Wahyu. (2010). *Panduan SPSS 17.0 Untuk Mengolah Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Penerbit Garailmu.
- Afif, M. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen)*. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis, STIE Kertanegara, Malang.
- Ariella, Irfan Rizqullah. 2018. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid*”. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 3, Nomor 2.
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline*. Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu.
- Apriliani, R. R. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Qween Cosmetics Wonosobo*. Journal of Economic, Business and Engineering, Universitas Sains Al-Qur'an, Wonosobo.
- Andarini, Erica Dwi Septy, dkk. (2021). “*Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Penjualan Tiket pada PT. Haryono Tour dan Travel Surabaya*”. UBHARA Management Journal, Volume 1, Nomor 2 (hlm. 279-285).
- Ariella, Irfan Rizqullah. 2018. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid*.”Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis 3.
- Brata, Baruna Hadi. 2017. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Nitchi Di PT Jaya*

Swarasa Agung di Jakarta Pusat”. Saudi Journal of Business and Management Studies. Penerbit Beasiswa Timur Tengah ISSN 2415-6671 (Online) Dubai, Uni Emirat Arab.

Darma, B. (2021). *STATISTIK PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2*. Edisi Pertama, Penerbit Guepedia, Bogor.

Farida, N. (2022). *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Pada Konsumen Kota Blitar*. Jurnal Ilmu- Ilmu Ekonomi, Universitas Islam Blitar, Blita.

Gerung, Christy Jacklin. antje Sepang., Sjendry Loindong. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT Wahana Wirawan Manado*. Jurnal EMBA. Vol.5, No.2, Hal.2221 - 222, ISSN 2303-1174.

Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Greenwood, Lea. 2012. *How To Build A Good Business*. Penerbit Gramedia, Jakarta.

Soedjono, Tegowati, & Wininatin Khamimah. 2019. *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan pembelian Konsumen*. *Accounting And Managemen Journal*, Vol. 3, No. 1.

