

SKRIPSI

PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK
KOSMETIK MAKE OVER PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA



Oleh :

CHIKA DEVIYANTI

NBI : 1212100294

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2025

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK
KOSMETIK MAKE OVER PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA



Oleh :
CHIKA DEVIYANTI
NBI : 1212100294

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK
KOSMETIK MAKE OVER PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Manajemen

Oleh :
CHIKA DEVIYANTI
NBI : 1212100294

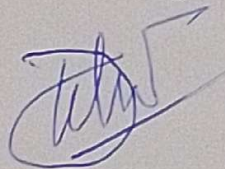
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Chika Deviyanti
NBI : 1212100294
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Association* dan Kualitas Produk terhadap *Purchase Intention* Produk Kosmetik Make Over pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 09 Desember 2024

Mengetahui/ Menyetujui
Pembimbing

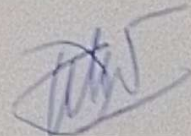
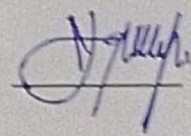
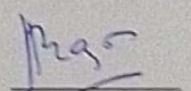


Dra. Yulyar Kartika Wijayanti, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 20 Desember 2024

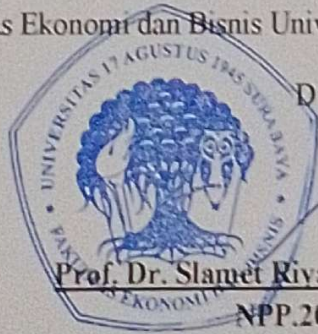
TIM PENGUJI:

- | | | |
|--|-----------|---|
| 1. Dra. Yulyar Kartika Wijayanti, M.M. | - Ketua | :  |
| 2. Dr. Gustaf Naufan Febrianto, AMD., SE., MM. | - Anggota | :  |
| 3. Dr. Estik Hari Prastiwi, S.E., M.M. | - Anggota | :  |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Prof. Dr. Slamet Rivadi, M.Si., Ak., CA., CTA.

NPP.20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : Chika Deviyanti
2. NBI : 1212100294
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3577036903010001
6. Alamat Rumah (KTP) : Jl Daya Bhakti No. 15 B, RT 034 / RW 008
Mojorejo, Taman, Kota Madiun

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Association* dan Kualitas Produk terhadap *Purchase Intention* Produk Kosmetik Make Over pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan, dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 09 Desember 2024

Yang Membuat,



(Chika Deviyanti)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
Telp. 031 539 1800 (Ext. 311)
e-mail; perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chika Deviyanti
NPM : 1212100294
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek

Demi Perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Eskekutif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul:

“PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK KOSMETIK MAKE OVER PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”

Dengan **Hak Bebas Royalti Eskekutif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pengkalan data (database), merawat, mempublikasi karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 20 Januari 2025

Yang Membuat,



(Chika Deviyanti)

KATA PENGANTAR

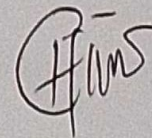
Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan saya kesehatan, kemampuan dan berkat-Nya sehingga saya dapat menempuh pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Atas berkat-Nya saya juga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan hikmat. Saya juga ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penyelesaian skripsi ini, terima kasih atas doa, dukungan dan arahan. Ucapan terima kasih saya ucapkan kepada:

1. Dra. Ulfi Pristiana, M.Si., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terima kasih karena telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian. Terima kasih juga karena telah membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dra. Yuliar Kartika, W, M.M., selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dalam memberikan bimbingan, perhatian kritik dan saran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan kesungguhan hati sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen dan staff Sekretariat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ayahanda Iwan Indratno dan Ibunda Suhartiningsih, selaku kedua orang tua yang merawat dan membesarkan saya, serta selalu memberikan doa dan dukungan sejak awal kuliah hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Terima kasih atas pengorbanan tenaga, waktu maupun materi yang telah diberikan kepada saya. Terima kasih yang tiada batasnya saya ucapkan kepada Ayah dan Ibu. Semoga Ayah dan Ibu dapat menemani saya disetiap momen kehidupan ini serta saya selalu mendoakan Ayah dan Ibu agar sehat, panjang umur dan bahagia selalu.

7. Bapak Siswantoro, Bapak Suharminto dan Ibu Suyati selaku kerabat terdekat. Saya ucapkan terima kasih atas nasehat, waktu, dan materi yang diberikan kepada saya. Semoga selalu diberikan kemudahan dan kelancaran dalam hal apapun.
8. Danish Zhufaira selaku adik serta keluarga besar saya yang selalu memberikan doa dan dukungan hingga sejauh ini. Terima kasih atas support yang telah kalian berikan.
9. Priscillia Putri Mukhtar, Ainan Salsabila, Vanny Intan dan Rinduanita selaku sahabat yang selalu mendukung, menghibur serta banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas waktu dan ilmu yang telah diberikan. Semoga pertemanan ini dapat terjalin selamanya.
10. Shalshabil dan Fauzia Indah selaku teman seperjuangan dari awal kuliah. Terima kasih atas dukungan yang selalu diberikan kepada saya serta banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada seseorang yang pernah bersama dengan penulis dan tidak bisa saya sebut namanya. Terima kasih atas dukungan dan motivasi yang diberikan untuk terus maju serta berproses menjadi pribadi yang mengerti tentang perjuangan, pendewasaan, kesabaran dan kehilangan dalam dinamika kehidupan. Terima kasih telah menjadi bagian kehidupan yang menyenangkan sekaligus menyakitkan dari pendewasaan ini.
12. Untuk diri saya sendiri Chika Deviyanti, terima kasih sudah bertahan dan berjuang hingga saat ini. Mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan membanggakan.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya. Semoga atas bantuan dari semua pihak, baik secara moril maupun materil akan mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Amiin.

Surabaya, 09 Desember 2024



Chika Deviyanti

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE INTENTION OF MAKE OVER COSMETIC PRODUCTS IN STUDENTS UNIVERSITY 17 AUGUST 1945 SURABAYA

This research aims to determine the influence of brand awareness, brand association and product quality on purchase intention of Make Over cosmetic products in students University 17 august 1945 Surabaya. The population in this research are Make Over consumers who are in University 17 august 1945 Surabaya.

The type of data used in this research is quantitative data. The sampling technique in this research used accidental with a sample of 100 respondents. The data collection technique uses a questionnaire method and data analysis in this research uses the t test and f test methods. In this research, the results show that brand awareness, brand association and product quality have a positive and significant effect on purchase intention. Simultaneously, these three independent variables have a positive and significant effect on customer satisfaction Based on the results of the SPSS version 25, all independent variables simultaneously influence purchase intention. based on the results of the t test, it shows that the brand awareness variable has a positive and significant effect on purchase intention, brand association variable has a positive and significant effect on purchase intention, and the product quality variable has a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: brand awareness, brand association, product quality, purchase intention

RINGKASAN

Make Over adalah salah satu merek kosmetik terkemuka di Indonesia yang dikenal dengan produk-produk berkualitas tinggi dan beragam pilihan warna. Merek ini menawarkan berbagai macam produk makeup, mulai dari foundation, bedak, lipstik, eyeshadow, hingga produk perawatan kulit. Make Over merupakan merek kosmetik asli yang berasal dari Indonesia yang diluncurkan oleh PT Paragon Technology and Innovation pada tahun 2010. Memilih Make Over, turut mendukung perkembangan industri kosmetik dalam negeri. Serta dengan beragam pilihan produk dan inovasi yang terus berkembang, Make Over selalu siap memenuhi kebutuhan makeup. Make Over telah meraih beberapa penghargaan ternama seperti Women's Health Choice Indonesia pada tahun 2013 dan Make Over Rising star pada tahun 2016. Make Over memasarkan berbagai produknya melalui partisipasi dalam peragaan busana, pemotretan, iklan atau acara televisi. Make Over merupakan sister brand dari produk Wardah dan Emina.

Brand Awareness: memberitahukan kesanggupan konsumen dalam mengingat kembali atau mengenali bahwa merek tersebut merupakan dalam suatu bagian kategori produk tertentu. **Brand Association:** Kumpulan dari keseluruhan pemikiran, perasaan, image, kepercayaan sikap atau hal lain sebagainya yang berhubungan dengan brand atau merek. **Kualitas Produk:** konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa yang berkaitan dengan apa yang diharapkan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan memilih konsumen yang pernah/belum membeli Produk Make Over.

Dalam penelitian ini data primer berupa persepsi para responden atas berbagai pernyataan dalam kuesioner mengenai variable terkait. Metode penelitian ini yaitu menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Brand Awareness* Berpengaruh Positif terhadap *Purchase Intention*. 2) *Brand Association* Berpengaruh Positif terhadap *Purchase Intention*. 3) *Kualitas Produk* Berpengaruh Positif terhadap *Purchase Intention*.

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	I
COVER PENGANTAR.....	II
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	III
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	IV
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	V
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	VI
KATA PENGANTAR	VII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR GAMBAR	XIV
DAFTAR TABEL.....	XV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Brand Awareness	7
2.1.3 Brand Association.....	10
2.1.4 Kualitas Produk.....	12
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Hubungan Antar Variabel	17
2.3.1 Brand Awareness Terhadap Purchase Intention	17
2.3.2 Brand Association Terhadap Purchase Intention	17
2.3.3 Kualitas Produk Terhadap Purchase Intention.....	18
2.4 Kerangka Konseptual.....	18
2.5 Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	21
3.3.1 Jenis Data.....	21

3.3.2	Sumber Data	21
3.4	Populasi dan Sampel.....	22
3.6.1	Populasi	22
3.6.2	Sampel.....	22
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional Variabel	23
3.6.1	Definisi Variabel.....	23
3.6.2	Definisi Operasional Variabel.....	24
3.7	Metode Analisis Data	25
3.7.1	Uji Penelitian	25
3.7.1.1	Uji Validitas	25
3.7.1.2	Uji Reliabilitas.....	25
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	25
3.7.2.1	Uji Normalitas	26
3.7.2.2	Uji Multikolinearitas.....	26
3.7.2.3	Uji Heterokedastisitas	26
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda	27
3.7.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	27
3.8	Teknik Pengujian Hipotesis	27
3.8.1	Uji Parsial (t).....	27
3.8.2	Uji Simultan (F)	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	29
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	29
4.1.2	Visi dan Misi Produk.....	29
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	29
4.2.1	Penyebaran Kuesioner	29
4.2.2	Karakteristik Responden	30
4.2.3	Hasil Analisis Deskripsi <i>Brand Awareness</i>	31
4.2.4	Hasil Analisis Deskripsi <i>Brand Association</i>	32
4.2.5	Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Produk.....	33
4.2.6	Hasil Analisis Deskripsi <i>Purchase Intention</i>	34
4.3	Pengujian	35
4.3.1	Uji Penelitian	35
4.3.1.1	Uji Validitas	35
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	36
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	37
4.3.2.1	Uji Normalitas	37

4.3.2.2	Uji Multikolinearitas.....	39
4.3.2.3	Uji Heterokedastisitas	39
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda	40
4.3.4	Uji Koefisien Determinasi	41
4.3.5	Pengujian Hipotesis.....	42
4.3.5.1	Uji t.....	42
4.3.5.2	Uji F.....	45
4.4	Pembahasan hasil temuan	46
4.4.1	Pengaruh Brand Awareness terhadap Purchase Intention	46
4.4.2	Pengaruh Brand Association terhadap Purchase Intention	46
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Purchase Intention.....	46
4.4.4	Implikasi Penelitian.....	47
4.4.5	Keterbatasan Penelitian	47
BAB V	PENUTUP	49
5.1	Simpulan	49
5.2	Saran.....	49
DAFTAR	PUSTAKA	51
LAMPIRAN		53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Produk Kosmetik 13 Maret – 2 April 2024	2
Gambar 1. 2 Nilai Penjualan Produk Kosmetik 13 Maret – 2 April 2024	2
Gambar 2. 1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	9
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	18
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas (P-Plot)	38
Gambar 4. 2 Grafik <i>Scatterplots</i>	40

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skor Skala <i>Likert</i>	23
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	30
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden	30
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi	30
Tabel 4. 4 Rata-rata jawaban responden untuk variabel <i>Brand Awareness</i>	31
Tabel 4. 5 Rata-rata jawaban responden untuk variabel <i>Brand Association</i>	32
Tabel 4. 6 Rata-rata jawaban responden untuk variabel Kualitas Produk	33
Tabel 4. 7 Rata-rata jawaban responden untuk variabel <i>Purchase Intention</i>	34
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	38
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikoloniritas	39
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	40
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	42
Tabel 4. 14 Hasil Uji t	42
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	53
Lampiran 2 Tabel Tabulasi Data	58
Lampiran 3 Kartu Bimbingan	69
Lampiran 4 Hasil Turnitin	70