

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *ADVERTISING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
WARDAH PADA TOKO ARJUNA MART KOTA  
KUPANG DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI  
*VARIABEL INTERVENING***

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**



**OLEH**

**GODENSIA ANUNG**  
**NIM :32118017**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *ADVERTISING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
WARDAH PADA TOKO ARJUNA MART KOTA  
KUPANG DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**Yang diajukan oleh :**

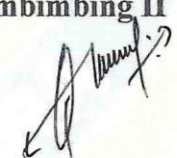
**Nama : Godensia Anung**  
**NIM : 32118017**  
**Fakultas : Ekonomika dan Bisnis**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing  
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

**Pembimbing I**


**Pembimbing II**

  
**Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM**  
**NIDN: 0808015901**

  
**Maria Augustin Lopes Amaral, SE,M**  
**NIDN: 0805079302**

**Kupang, 10 Desember 2022**

**Ketua Program Studi Manajemen**

  
**Anggraeny Paridy, SE, M. Si**  
**NIDN : 0011036501**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Sabtu, 10 Desember 2022

Jam : 14.00 – Selesai

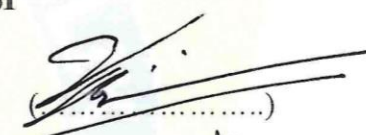
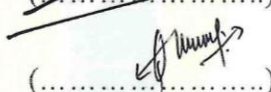
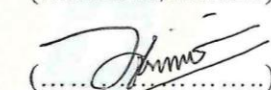


Tempat : *Conference Room*

Atas Nama : Godensia Anung

Nomor Registrasi : 32118017

Dinyatakan : **LULUS**

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

- |               |                                 |   |
|---------------|---------------------------------|---|
| 1 Ketua       | : Drs.Ec, Gaudensius Djuang, MM | (  ) |
| 2 Sekretaris  | : Maria A. L. Amaral, SE. MM    | (  ) |
| 3 Penguji I   | : Dr. Stanis Man, SE, M.Si      | (  ) |
| 4 Penguji II  | : Maria B.M.G. Wutun, SE. MM    | (  ) |
| 5 Penguji III | : Drs.Ec, Gaudensius Djuang, MM | (  ) |

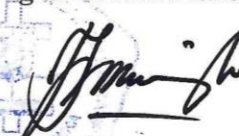
### MENGETAHUI

**Dekan**  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



**Dr. M. E. Perseveranda, SE, M. Si**  
NIDN : 0819066703

**Ketua**  
Program Studi Manajemen



**Anggraeny Paridy, SE, M. Si**  
NIDN : 0011036501

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“ Segala Perkara Dapat Kutanggung, di dalam dia  
Yang Memberiku Kekuatan”.**

**(Filipi04:13)**

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Tadeus Agung dan Ibu Kristina Luju, yang dengan bersusah payah membiayai studi dan yang tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara yang terkasih, adik Stefanus Mondor, Elfrida Jehanut, Afraliana Mulyani, dan Afriliani Mulyati yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat.

Kupang, Desember 2022

Penulis

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Toko Arjuna Mart Kota Kupang Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening**”, dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda, SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya

Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.

4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Dosen Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III serta Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM selaku dosen Pembimbing II dan Sekretaris Panitia Ujian yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Stanis Man, SE, M.Si selaku Penguji I dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
6. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
7. Para pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
8. Bapak Tadeus Agung dan Ibu Kristina Luju sebagai orang tua kandung yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan selalu mendoakan untuk keberhasilan, beserta saudara-saudari (Stefanus Mondor, Elfrida Jehanut, Afraliana Mulyani dan Afriliani Mulyati) yang telah memberikan dukungan dan doa untuk meraih gelar Sarjana Manajemen ini.
9. Teman-teman Mahasiswa/i sepejuangan Angkatan 2018 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang (terkhusus Meri Harbin, Vherli Jawung, Osinta Hasmin, Sesilia, Aloywisia, dan Michar Lengari), yang dengan caranya masing-masing

telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah dan penulisan skripsi ini.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga Tuhan Yesus senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, Desember 2022

Penulis

## ABSTRAK

**Godensia Anung (32118017), dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan *Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Toko Arjuna Mart Kota Kupang Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening” dibawah bimbingan Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM selaku Pembimbing II.**

Wardah merupakan salah satu brand lokal yang merupakan kosmetik terpercaya yang berkembang sesuai dengan perubahan konsumennya. Perkembangan data penjualan Kosmetik Wardah di Arjuna Mart Kota Kupang April 2021- Mei 2022 mengalami fluktuasi. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang kualitas produk, *advertising*, gambaran gaya hidup dan keputusan pembelian kosmetik Wardah. (2) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk dan *advertising* terhadap gaya hidup pada pembelian kosmetik Wardah. (3) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk dan *advertising* terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. (4) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. (5) Untuk mengetahui gaya hidup memediasi kualitas produk dan *advertising* terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah di Toko Arjuna Mart Kota Kupang.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua wanita yang pernah menggunakan produk Kosmetik Wardah di Toko Arjuna Mart Kota Kupang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini yaitu 105 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut sumbernya yaitu data primer dan data sekunder, sedangkan menurut sifatnya meliputi data kualitatif dan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisisioner, wawancara, dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial (PLS).

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel kualitas produk, *advertising*, gaya hidup dan keputusan pembelian, semua variabel ini termasuk dalam kategori baik. Hasil analisis statistik inferensial (PLS) menunjukkan bahwa : (1) kualitas produk dan *advertising* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup dalam pembelian kosmetik Wardah. (2) kualitas produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. (3) *advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. (4) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. (5) variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam memediasi kualitas produk dan *advertising* terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah di Arjuna Mart Kota Kupang. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel gaya hidup sebesar 86,5%, dan keputusan pembelian sebesar 90,7%, sisanya sebesar 13,5% dan 9,3% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disarankan kepada PT. Paragon *Technology and Inovation* (PTI) untuk menjaga dan memperhatikan kualitas produknya, serta memakai model desain iklan yang menarik dan pengambilan gambar yang estetik pada iklan, agar mampu mempengaruhi gaya hidup konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, *Advertising*, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
A. Manajemen Pemasaran.....	13
B. Keputusan Pembelian.....	15
C. Gaya Hidup .....	24
D. Kualitas Produk.....	30
E. <i>Advertising</i> .....	32

F. Penelitian Terdahulu .....	37
G. Kerangka Pemikiran.....	38
H. Pengembangan Hipotesis .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	42
B. Populasi dan Sampel .....	42
C. Jenis Data .....	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran .....	45
F. Teknik Analisis Data.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
A. Karakteristik Responden .....	54
B. Hasil Penelitian .....	58
C. Pembahasan Penelitian .....	74
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Data Top <i>Brand Index</i> Kategori Kosmetik Wardah Tahun 2019-2021 .....	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Kosmetik Wardah di Arjuna Mart Kota Kupang .....	7
Tabel 2.1 Jenis-jenis Media Periklanan .....	36
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
Tabel 4.5 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-rata Persepsi Responden Tentang Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.6 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-rata Persepsi Responden Tentang Variabel <i>Advertising</i> .....	60
Tabel 4.7 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-rata Persepsi Responden Tentang Variabel Gaya Hidup .....	61
Tabel 4.8 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-rata Persepsi Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Outer Model Convergent Validity</i> .....	64
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan <i>Cross Loading</i> .....	65
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan $\sqrt{\text{AVE}}$ dan Nilai Korelasi Antar Variabel .....	66
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan <i>Composite Reliability</i> .....	68
Tabel 4.13 <i>Path Coefficient</i> .....	68

Tabel 4.14 Hasil Perhitungan <i>R-Square</i> .....	68
Tabel 4.15 Hubungan Langsung Antara Variabel Kualitas Produk, <i>Advertising</i> , Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian .....	70
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Total <i>Indirect Effect</i> .....	73

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan .....	18
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen Secara Keseluruhan.....	20
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 3.1 Diagram Jalur .....	50
Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Outer Model</i> .....	63
Gambar 4.2 Diagram <i>Path</i> Hubungan Antara Kualitas Produk, <i>Advertising</i> , Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	90
Lampiran 2 Jawaban Reponden Variabel Kualitas Produk (X1) .....	93
Lampiran 3 Jawaban Responden Variabel <i>Advertising</i> (X2).....	96
Lampiran 4 Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (Z) .....	99
Lampiran 5 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	102
Lampiran 6 Hasil Uji <i>Outer Model</i> .....	105
Lampiran 7 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i> .....	105
Lampiran 8 Hasil Uji <i>Construct Reliability and Validity</i> .....	106
Lampiran 9 <i>Discriminant Validity</i> .....	106
Lampiran 10 <i>Cross Loadings</i> .....	106
Lampiran 11 <i>R Square</i> .....	106
Lampiran 12 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	106
Lampiran 13 <i>Path Coefficients</i> .....	106
Lampiran 14 <i>Total Indirect Effects</i> .....	106