



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

PENGARUH BRAND IMAGE PADA LIPSTIK MAYBELLINE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TEMBILAHAN

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Indragiri*



OLEH :

SILATIL PITRI

NIM. 101211010055

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
TEMBILAHAN**

2025

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM
INDRAGIRI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

LEMBAR PERSETUJUAN

Diberikan kepada :

Nama Mahasiswa : SILATIL PITRI

NIM : 101211010055

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Pada Lipstik Maybelline
Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tembilahan.

Disetujui untuk diajukan pada Ujian *Oral Comprehensive Program*
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri
Tembilahan.

Tembilahan, 2 Juni 2025

Menyetujui :

Pembimbing I



Drs. DHARMASETIAWAN, MM

NIDN. 1020106101

Pembimbing II



Dr. AHMAD RIFA'I, S.E., M.Si

NIDN. 100 706 8503

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri



SYAFRINADINA, SE., MM

NIDN. 1015118203



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Silatil Pitri
Nim : 101211010055
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image Pada Lipstik Maybelline Terhadap Minat Beli Konsumen di Tembilahan

Telah LULUS Ujian Skripsi (*Oral Comprehensive*) yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri Tembilahan pada hari Kamis Tanggal 3 Juli 2025 dengan nilai A

TIM PENGUJI,

Drs. DHARMASETIAWAN. MM
NIDN: 102006101

Ketua

Dr. AHMAD RIFA'I. SE., M.Si
NIDN: 1007068503

Sekretaris

YASWAR APRILIAN S.E., MM
NIDN: 1012046801

Anggota

WIDYAWATI, SE., MM
NIDN: 1001018504

Anggota

Mengesahkan

Dekan

Ketua Program Studi

Dr. AHMAD RIFA'I, S.E., M.Si
NIDN: 1007068503

SYAFRINADINA, S.E., M.M
NIDN: 1015118203



LEMBAR KEABSAHAN SKRIPSI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : SILATIL PITRI

NIM 101211010055

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Pada Lipstik Maybelline Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tembilahan

Saya menyatakan pernyataan ini dengan sebenar-benarnya, dan jika di kemudian hari ditemukan adanya ketidaksesuaian atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik, termasuk pencabutan gelar yang diperoleh melalui karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di perguruan tinggi.

Tembilahan, 2 Juni 2025

SILATIL PITRI

101211010055



The Influence of Brand Image on Maybelline Lipstick on Consumer Purchase Interest in Tembilahan

Silatil Pitri, Management Study Program, Faculty of Economics and Business,
Indragiri Islamic University
Email : silatilfitri@gmail.com

Abstrak : *This study aims to see whether the Brand Image of Maybelline Lipstick has an effect on Consumer Purchase Intention in Tembilahan. The approach used in this study is a quantitative approach with a sample of 40 respondents, with data collection techniques through questionnaires using SPSS 29.0 software with an Ordinal Scale. Based on the data obtained and analyzed regarding the effect of Maybelline Lipstick Brand Image on Consumer Purchase Intention in Tembilahan, it can be concluded that Brand Image has a positive effect on Consumer Purchase Intention in the area, although the effect is relatively small, namely 30.7%. This indicates that factors such as brand superiority, brand strength, and brand uniqueness contribute to shaping Consumer Purchase Intention towards Maybelline Lipstick.*

Based on the results of the hypothesis test through simple linear regression analysis, the calculated t value was 2.344, while the t table value with a significance level of $\alpha = 0.05$ and degrees of freedom (df) $n - 2$ ($40 - 2 = 38$) was 2.028 (see the attached t table). Because the calculated t value is greater than the t table ($2.344 > 2.028$), the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_a) is accepted. This shows that the Brand Image of Maybelline Lipstick has a significant effect on Consumer Purchase Interest in Tembilahan.

Keywords: *Brand Image and Purchase Interest*



Pengaruh *Brand Image* Pada Lipstik Maybelline Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tembilahan

Silatil Pitri, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri

Email : silatilfitri@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah Brand Image Pada Lipstik Maybelline berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Di Tembilahan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden, dengan teknik pengambilan data melalui kuesioner menggunakan software SPSS 29.0 dengan Skala Ordinal. Berdasarkan data yang diperoleh dan telah dianalisis mengenai pengaruh Brand Image Lipstik Maybelline terhadap Minat Beli Konsumen di Tembilahan, dapat disimpulkan bahwa Brand Image memberikan pengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen di wilayah tersebut, meskipun pengaruhnya tergolong kecil, yaitu sebesar 30,7%. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor seperti keunggulan merek, kekuatan merek, dan keunikan merek ikut berkontribusi dalam membentuk Minat Beli Konsumen terhadap Lipstik Maybelline.

Berdasarkan hasil uji hipotesis melalui analisis regresi linier sederhana, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,344, sementara nilai t tabel dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan (df) $n - 2$ ($40 - 2 = 38$) adalah 2,028 (lihat lampiran tabel t). Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,344 > 2,028$), maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Brand Image pada Lipstik Maybelline berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Tembilahan.

Kata Kunci : *Brand Image* dan Minat Beli.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang dilimpahkannya, Kedua orang tua yang telah memberikan segala kasih sayang dan perhatiannya yang begitu besar sehingga penulis merasa terdorong untuk menyelesaikan studi agar dapat mencapai cita-cita dan memenuhi harapan orang tua khususnya dalam penyusunan skripsi ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH BRAND IMAGE PADA LIPSTIK MAYBELLINE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TEMBILAHAN”**.

Skripsi ini disusun guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan kelulusan studi pada Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Konsentrasi Manajemen Strategi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini baik secara moril maupun materil, khususnya kepada:

1. Dr. H. Najamuddin, Lc, MA selaku Rektor Universitas Islam Indragiri
2. Dr. Ahmad Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri
3. Syafrinadina, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Drs. Dharmasetiawan, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu serta memberikan saran-saran dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

5. Dr. Ahmad Rifa'i, S.E., M.Si. Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu serta memberikan saran-saran dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Herjoni beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana
7. Pintu Surgaku, Ibundaku Rosnawati beliau sangat berperan penting dalam kehidupan penulis, terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala, Ibu menjadi penguat dan penyemangat paling hebat. Terimakasih sudah menjadi tempatku untuk pulang.
8. Terimakasih kepada Nenek Jasimah dan Kakek Muhammad yang telah memberikan doa dan nasehat
9. Kepada cinta kasih saudara saya, Sopia Azzahra dan Muhmmad Al-amin Ramadhan, Mila Desi Yani, S.Keb.Bdn, Zaimo Azmi dan Jamil. Terimakasih telah memberikan semangat, dukungann dan motivasi serta terima kasih telah setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Kepada Seluruh keluarga, dan sahabat serta rekan seperjuangan angkatan 2021 terutama partner saya Okta Selvika



11. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya Rendi Kurniawan sebagai partner spesial saya. Terima kasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal, telah menjadi rumah yang menemani, meluangkan waktunya, mendukung maupun menghibur dalam kesedihan mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat kepada saya.

12. Terakhir, saya, Silatil Pitri, mengucapkan terima kasih atas segala kerja keras dan semangat yang telah saya berikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga dengan awal yang baik ini, perjalanan saya ke depan selalu diberikan kemudahan. Aamiin, ya Rabbal 'Alamin.

Hanya doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan, semoga TuhanYang Maha Esa membalas semua kebaikan Bapak, ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Tembilahan, 2 Juni 2025
Penulis

SILATIL EITRI
NIM : 101211010055



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Manfaat Penelitian.....	8
D. SISTEMATIKA PENULISAN	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Pengertian Merek.....	10
2. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	10
3. Indikator <i>Brand Image</i>	13
4. Minat Beli	13
5. Indikator Minat Beli	14



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

B. Penelitian Terdahulu	15
C. Kerangka Pemikiran	18
D. Hipotesis Penelitian	18
E. Variabel Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
1. Lokasi	20
2. Waktu.....	20
B. Jenis dan Sumber Data.....	20
C. Populasi dan Sampel.....	20
1. Populasi.....	20
2. Sampel.....	21
D. Teknik Pengumpulan Data.....	21
1. Observasi	21
2. Koesioner.....	21
3. Interview.....	22
4. Studi Kepustakaan	22
E. Teknik Analisis Data	22
1. Uji Validitas	23
2. Uji Reabilitas	24
3. Uji Linieritas.....	24
4. Regresi Linear Sederhana.....	24
5. Uji t.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Universitas Islam Indragiri
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	26
B. Hasil Penelitian.....	28
C. Analisis Data.....	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	42
A. Kesimpulan	42
B. Saran.....	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BIODATA PENULIS





DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Index Merek Lipstik Di Indonesia.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2.2 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	18
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.2 Pembelian Responden	29
Tabel 4.3 Tanggapan Responden <i>Brand Image</i>	30
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Minat Beli	32
Table 4.5 Rekapitulasi Rata-Rata Nilai Distribusi Indicator.....	33
Table 4.6 Uji Validitas	34
Table 4.7 Uji Realibilitas.....	35
Table 4.8 Uji Liniearitas.....	36
Table 4.9 Uji Regresi Linear Sederhana.....	36
Table 4.10 Koefisien Determinasi.....	37
Table 4.11 Uji Hipotesis.....	38

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



TABEL GAMBAR

Gambar 1.1 Varian Lipstik Maybelline.....	3
Gambar Kerangka Pemikiran	18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

