

**HUBUNGAN ANTARA *BRAND IMAGE* DENGAN MINAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK *SKINCARE* MS GLOW DI PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

Elsya Monika

061830600399

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

PALEMBANG

2021

**HUBUNGAN ANTARA BRAND IMAGE DENGAN MINAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK SKINCARE MS GLOW DI PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**ELSYA MONIKA
NPM 061830600399**

Menyetujui,

**Palembang, ...20...November..... 2021
Pembimbing II,**

Pembimbing I,

**Yusleli Herawati, S.E., MLM
NIP. 196005071988112001**

**Jusmawi Bustan, S.E., M.Si.
NIP. 195901011989030006**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP. 197602222002121001**

**Ketua Prodi Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., MM.
NIP. 198203242008012009**

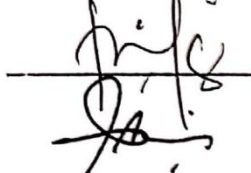
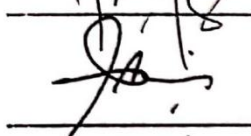
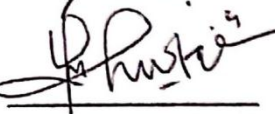
LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Elsyia Monika
NIM : 061830600399
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Hubungan Antara Brand Image dengan Minat Beli Konsumen Pada Skincare MS Glow di Palembang

**Telah Diperhatikan dan Dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Dan Dinyatakan LULUS**

**Pada hari
Tanggal**

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Fetty Maretha, S.E., M.M.</u> Ketua		_____
2.	<u>Heri Setiawan, S.E., M.AB.</u> Anggota		_____
3.	<u>Yusteli Herawati, S.E., M.M.</u> Anggota		_____
4.	_____ Anggota	_____	_____



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elsy Monica

NIM : 0618 3060 0399

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Judul Laporan Akhir : Hubungan Antara Brand Image dengan Minat Beli
Konsumen pada Produk Skincare MS Glow di Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian sendiri.
2. Laporan akhir ini bukanlah plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 10 November 2021

yang membuat pernyataan,



Elsy Monica

NIM. 061830600399

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan sehingga penyusun dapat menyelesaikan laporan akhir pada Percetakan Nusantara Kreasi ini dengan lancar. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna menyelesaikan pendidikan Program Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan ini berjudul “**HUBUNGAN ANTARA BRAND IMAGE DENGAN MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SKINCARE MS GLOW DI PALEMBANG**”. Mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan penulisan, laporan ini tidak luput dari kekurangan dan belum sempurna, namun penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi semua pihak yang berkenan memanfaatkannya. Penulis menyadari laporan akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Penulis juga berharap semoga laporan ini dapat dijadikan referensi dan inspirasi bagi rekan-rekan kedepannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya positif dan membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Palembang, 10
November 2021

Penulis

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA BRAND IMAGE DENGAN MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SKINCARE MS GLOW DI PALEMBANG

Oleh:

Elsya Monika

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antaran brand image (citra merek) dengan minat beli konsumen pada produk MS Glow di Palembang. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 80 responden sebagai sampel dengan menggunakan skala Likert. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan Antara brand image (citra merek) dengan minat beli konsumen pada produk. Analisis data menggunakan korelasi pearson product moment. Dimensi untuk mengukur hubungan citra merek terhadap minat beli konsumen adalah persepsi konsumen, slogan merek produk, dan positioning merek Hasil penelitian menjelaskan bahwa citra merek secara signifikan memiliki hubungan yang kuat (positif) dengan minat beli. Implikasi studi ditunjukkan untuk industry kosmetik perawatan kulit (skincare), diharapkan dapat menjadi salah satu acuan. dalam pengelolaan bisnis dengan mengoptimalkan pemanfaat merek, karena merek Hasil penelitian menjelaskan bahwa citra.merek secara signifikan memiliki hubungan yang kuat (positif) dengan minat beli. Implikasi studi ditunjukkan untuk industry kosmetik perawatan kulit (skincare), diharapkan dapat menjadi salah satu acuan dalam pengelolaan bisnis dengan mengoptimalkan pemanfaat merek, karena merek merupakan salah satu hal yang paling berpengaruh dan dapat dijadikan sebagai sarana yang sangat menjanjikan dan menguntungkan untuk strategi pemasaran.

Kata Kunci: citra merek, minat beli, skincare, merek

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN BRAND IMAGE AND CONSUMER'S INTEREST IN BUYING SKINCARE PRODUCTS IN PALEMBANG

By:

Elsya Monika

The purpose of this study was to find out how the relationship between brand image and consumer buying interest in MS Glow skincare products in Palembang. Data was obtained from distributing questionnaires to 80 respondents as a sample using a Likert scale. This study aims to analyze the effect of brand image on product purchase intention. Data analysis using Pearson product moment correlation. The dimensions for measuring the relationship between brand image and consumer buying interest are consumer perceptions, product brand slogans and brand positioning. The results of the study explain that brand image significantly has a strong (positive) relationship with purchase intention. The implication of the study is aimed at the skin care cosmetic industry, which is expected to be one of the references in business management by optimizing the use of brands, because brands are one of the most influential things and can be used as a very promising and profitable tool for marketing.

Keywords: brand image, buying interest, skincare, brand

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Sesungguhnya umat Ku dipanggil pada hari kiamat dalam keadaan ghurran muhajjilin (wajahnya bercahaya dan badannya bersinar) karena bekas berwudhu maka barangsiapa mampu untuk memanjangkan ghurran hendaklah berwudhu” (HR Bukhari dan Muslim)

Ku persembahkan kepada:

- *Orang tua tercinta atas do'a dan dukungannya*
- *Saudara –saudaraku yang tersayang*
- *Bapak dan Ibu dosen pembimbing*
- *Para Dosen dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya*
- *Teman-temanku yang turut membantu dan mendukungku.*
- *Almamater kebanggaan kami*

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, SE., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE.,MM., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, SE., MM. Selaku koordinator program studi Jurusan Administrasi Bisnis
5. Ibu Yusleli Herawati, S.E.,M.M selaku pembimbing I yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Jusmawi Bustan, S.E., M.Si., selaku pembimbing II yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada penulis dalam Laporan Akhir ini.
7. Seluruh Dosen dan Staff pada Jurusan Teknik Mesin Politeknik Negeri Sriwijaya yang banyak memberikan masukan.
8. Kepada semua Dosen Pengajar di Jurusan Administrasi Bisnis yang banyak memberikan ilmunya kepada penulis selama penulis kuliah di Politeknik Negeri Sriwijaya.

9. Orang tua saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat, dukungan serta bantuan baik moril maupun materil dan selalu mencurahkan kasih sayangnya untuk kami. Terimakasih untuk segala doa dan pengorbanannya.
10. Teman-temanku yang selalu memberikan dukungan, masukan serta semangat dalam menyelesaikan laporan ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung saya selama ini.
12. Last but not least, I wanna to thank me. I wanna to thank me for believing me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always eing a giver and tryna give more than I receive.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat perlindungan-Nya Aamiin.

Palembang, 10
November 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
a. Latar Belakang	1
b. Rumusan Masalah	2
c. Tujuan Dan Manfaat Penulisan	2
1.3.1 Tujuan Penulisan	2
1.3.2 Manfaat Penulisan	2
d. Metodologi Penelitian	3
1.4.1 Ruang Lingkup Penelitian	3
1.4.2 Jenis Penelitian	3
1.4.3 Sumber Data	4
1.4.4 Metode Pengumpulan Data	4
1.4.5 Populasi Dan Sampel	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	

5.1 Pengertian Pemasaran	8
5.2 <i>Brand</i> (Merek)	9
5.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	12
5.4 Minat Beli Konsumen	15

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	18
3.2 Lokasi Perusahaan	19
3.3 Visi dan Misi Perusahaan	20
3.3 Struktur Organisasi	21
3.4 Uraian Tugas	21
3.5 Jam Kerja Karyawan	22
3.6 Produk-Produk MS Glow	22

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Hipotesis	34
4.1.1 Uji Korelasi	34
4.2 Pembahasan	35
4.2.1 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> Dengan Minat Beli Konsumen MS Glow	35

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	36
5.2 Saran	36

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Intepretasi Koefisien Korelasi Nilai r	36
4.2 Hasil Uji Korelasi	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Logo MS Glow	18
3.2 Tampak Depan Perusahaan	19
3.3 Dena Lokasi Perusahaan	20
3.4 Struktur Organisasi	21
3.5 Whitening Day Cream	23
3.6 Whitening Night Cream	24
3.7 Toner Glowing	24
3.8 Faciall Wash	25
3.9 Ultimate Night Cream	26
3.10 Luminous Whitening Night Cream	26
3.11 Acne Clear Toner	27
3.12 Acne Night Cream	27
3.13 Flawles Glow Red Jelly	28