

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI
PRODUK KECANTIKAN MADAME GIE**

**(Survei terhadap Konsumen Produk Madame Gie di
Jakarta)**

ELVANDARI FITRIANI SUCI

1702518013



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu
persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON MADAME
PURCHASE INTENTION**

(Survey of Costumer of Madame Gie product in Jakarta)

ELVANDARI FITRIANI SUCI

1702518013



**This Scientific Paper arranged to meet one of the requirements to get the
title of the Experts Associate at Marketing Management DIII Study
Program Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta**

DIII MARKETING MANAGEMENT

STUDY PROGRAM FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

ABSTRAK

Elvandari Fitriani Suci, 2021; Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Madame Gie (Survei terhadap Konsumen Produk Madame Gie di Jakarta). Karya Ilmiah, Jakarta: Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui deskripsi Citra Merek Produk Kecantikan Madame Gie. 2) Untuk mengetahui deskripsi Minat Beli Produk Kecantikan Madame Gie. 3) Untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Madame Gie. Dalam penulisan ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah hasil penyebaran kuesioner secara *online* pada 100 responden. Subjek penelitian ini adalah Masyarakat Wilayah DKI Jakarta yang sedang menggunakan atau ingin membeli produk Kecantikan Madame Gie. Metode analisis data menggunakan analisis statistika deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh pada minat beli Produk Madame Gie. Dalam koefisien determinasi (R^2) citra merek memengaruhi minat beli sebesar 53,2% sedangkan sisanya sebesar 46,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Citra Merek, Minat Beli, Madame Gie

ABSTRACT





Elvandari Fitriani Suci, 2021; The Influence of Brand Image on Madame Gie Product Purchase Intention (Survey of Madame Gie Product Consumers in Jakarta). Scientific Work, Jakarta: DIII Marketing Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

This scientific work aims to find out: 1) To find out the description of the Madame Gie Cosmetics Product Brand Image. 2) To find out the description of Interest in Buying Madame Gie Cosmetics Products. 3) To determine the effect of brand image on buying interest in Madame Gie cosmetic products. In this paper, the data collection method used is the result of distributing questionnaires online to 100 respondents. The subjects of this research are the people of DKI Jakarta who are currently using or wanting to buy Madame Gie Cosmetics products. Methods of data analysis using descriptive statistical analysis and simple linear regression analysis. The results showed that brand image had an effect on buying interest in Madame Gie Products. In the coefficient of determination (R^2), brand image affects purchase intention by 53.2%, while the remaining 46.8% is influenced by other variables.

Keywords: Brand Image, Purchase Interest, Madame Gie

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dra. Sholikhah</u> NIP. 196206231990032001		14 Juni 2021
2	<u>Ika Febrilia, SE, M.M.</u> NIP. 198702092015042001		08 Juni 2021
3	<u>M. Edo S. Siregar, SE, MBA</u> NIP. 197201252002121002		14 Juni 2021
Nama : Elvandari Fitriani Suci No. Registrasi : 1702518013 Program Studi : Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 4 Juni 2021			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Elvandari Fitriani Suci

NIM : 1702518013

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2018

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Madame Gie”** Ini adalah benar - benar karya ilmiah saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara - cara yang tidak sesuai dengan pedoman dan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas penyalahgunaan ataupun tindakan yang tidak sesuai dengan etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau terdapat klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 14 Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan



Elvandari Fitriani Suci

1702518013

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang sudah memberikan segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, karena dengan-Nya praktikan diberikan kesehatan serta kemudahan sehingga dapat menyusun Karya Ilmiah dengan Judul **“Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Madame Gie” (Survei terhadap Konsumen Produk Kecantikan Madame Gie di Jakarta)**

Dalam menyelesaikan penulisan ini, praktikan sangat sadar bahwa sepenuhnya Karya Ilmiah ini tidak terlepas dari bimbingan, doa, dan semangat dari banyak pihak, baik bersifat moril maupun materil, maka dari itu, dengan ketulusan hati praktikan menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. M. Edo S. Siregar, SE, M.BA selaku dosen pembimbing yang membantu praktikan dalam menyelesaikan penulisan Karya Ilmiah ini.
2. Dra. Sholikhah MM, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Ari Saptono, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Ibu Bapak Dosen Program DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama dibangku

perkuliahan.

5. Kedua orang tua serta Keluarga yang selalu mendoakan dan memberi dukungan kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan Karya Ilmiah ini.
6. Rekan-rekan sesama mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran, terutama Tika, Nadia, Alvin, dan Hana.
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner penulisan ini.

Praktikan menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini. Praktikan mengharapkan kritik beserta saran yang bersifat membangun. Semoga dengan adanya laporan ini bisa menjadikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 13 Juni 2021

Peneliti