

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH BRAND IMAGE COSMETIC MS GLOW TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DISTRIBUTOR MS GLOW
PUSAT KOTA GORONTALO**

SKRIPSI

OLEH

MELIYANA KURAINI

NIM : 931417132

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI

Hari/Tanggal : Senin/20 september 2021

Waktu : 14.00 WITA

Penguji:

**1. Yulinda L. Ismail, S.Pd, M.Si
Nip. 197607042005012002**

1.....

**2. Ramlan Amir Isa, SE, MM
Nip. 197508282006041018**

2.....

**3. Andi Juanna, S.Pd, M.Sc
Nip. 198411262010121004**

3.....

**4. Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si
Nip. 197909252005012001**

4.....

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Gorontalo



Dr. Muhammad Amir Arham, M.E.

Nip. 197207252006041002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH BRAND IMAGE COSMETIC MS GLOW TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA DISTRIBUTOR MS GLOW PUSAT KOTA
GORONTALO**

SKRIPSI

Oleh :


MELIYANA KURAINI

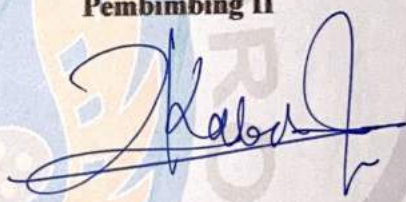
931417132

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I

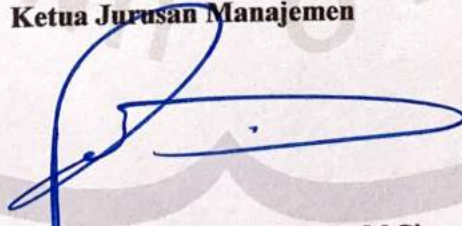
Pembimbing II


Andi Juanna, S.Pd, M.Sc
NIP. 198411262010121004


Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si
NIP. 197909252005012001

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
NIP. 198307162009121006

ABSTRAK

Meliyana Kuraini. 931417132. 2021. *Pengaruh Brand Image Cosmetic MS Glow Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distributor MS Glow Pusat Kota Gorontalo.* Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Bapak Andi Juanna, S.Pd, M.Sc dan Ibu Zulfia K. Abdusammad, SE, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Brand Image Cosmetic MS Glow Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distributor MS Glow Pusat Kota Gorontalo. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Adapun jumlah sampel sebanyak 96 orang. Analisis data dalam penelitian ini yakni analisis kuantitatif regresi sederhana.

Hasil uji parsial diperoleh nilai t hitung Brand Image sebesar 14,879 dan t tabel sebesar 1,986 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($14,879 > 1,986$), dan perbandingan nilai signifikan (Pvalue), dapat dilihat bahwa nilai Pvalue (0,000) lebih kecil dari 0,05. Sehingga Brand Image Cosmetic Ms Glow berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada distributor Ms Glow Pusat Kota Gorontalo. Hasil pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik kesan dan citra dari Cosmetics MS Glow maka akan semakin baik dan tinggi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada distributor MS Glow Pusat Kota Gorontalo..

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Brand Image

ABSTRACT

Meliyana Kuraini. 931417132. 2021. *The Influence of Brand Image of MS Glow Cosmetic against Consumer Purchase Decision at MS Glow Distributor in Downtown Gorontalo.* Undergraduate Thesis, Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Andi Juanna, S.Pd., M.Sc, and the co-supervisor is Zulfia K. Abdusammad, SE., M.Si.

This study aimed to determine to what extent the Influence of the Brand Image of MS Glow Cosmetic against Consumer Purchase Decision at MS Glow Distributor in Downtown Gorontalo. The data collection in this study was carried out through a questionnaire with the numbers of samples were 96 people. At the same time, data analysis in this study employed quantitative analysis with simple regression.

The partial test results obtained that the value of t count for Brand Image was 14.879 and t table was 1.986 with the significance value of $0.000 > 0.05$. In other words, the value of tcount was higher than ttable ($14.879 > 1.986$), while for the comparison of significance value (P-value), it was perceptible that the P-value of 0.000 was higher than 0.05. Thus, the brand image of Ms Glow cosmetic had a positive and significant influence against consumer purchase decisions at Ms Glow distributor in Downtown Gorontalo. The positive influence denoted that the better the impression and image of MS glow cosmetic, the better and higher consumer preferences in making purchases at MS Glow distributors in Downtown Gorontalo.

Keywords: Purchase Decision, Brand Image

