

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK *SKINCARE* SCARLETT WHITENING**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi**



**Oleh:  
Ni Putu Sri Nurpitriana  
1817041197**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA**

**2022**


**SKRIPSI**


**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN  
MEMENUHI SYARAT – SYARAT UNTUK  
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**Menyetujui**

**Pembimbing I.**

**Pembimbing II.**

  
Cicile Putu Agus Jaja Susila, S.E., MBA  
NIP. 198208312010121001

  
Rahutama Atidira, S.T., M.M  
NIP. 198805032018031001

Skripsi oleh Ni Putu Sri Nurpitriana

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal 20 April 2022

Dewan Penguji



Gede Putu Agus Jana Susna, S.E., M.M.  
NIP. 19820831201012100

(Ketua)



Rahutama Atidira, S.T., M.M.  
NIP. 198805032018031001

(Anggota)



Dr. I Wayan Bagia, M.Si  
NIP. 196812311993031012

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Guna memenuhi syarat – syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada

Hari : Rabu

Tanggal : 20 April 2022

**Mengetahui,**

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.,  
NIP. 196810291993032001



Komang Krisna Weryanda, S.E., M.M.,  
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CPA  
NIP. 197906162002121003

## PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Skincare* Scarlett Whitening" beserta seluruh isinya adalah benar – benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko / sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 21 April 2022

Yang membuat pernyataan,



Ni Putu Sri Nurpitriana  
NIM. 1817041197

**MOTTO**

***JANGAN BERHENTI BERUSAHA***

***SEBELUM BERHASIL***



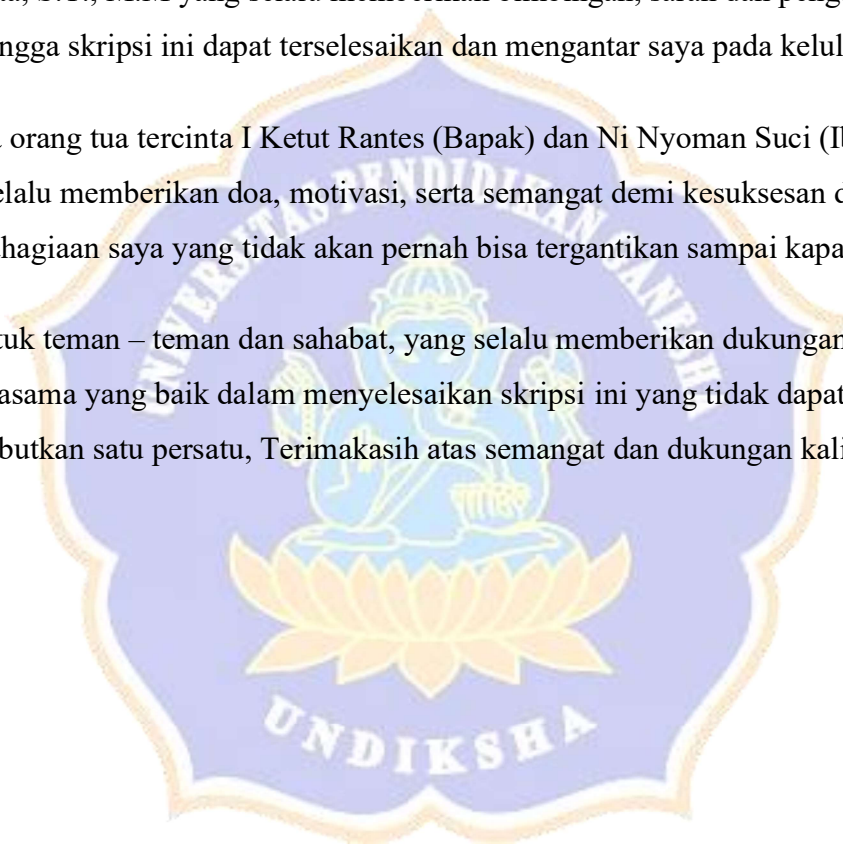
## KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa atas anugrah dan karunia yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada pembimbing Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA dan Rahutama Atidita, S.T., M.M yang selalu memberikan bimbingan, saran dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan mengantar saya pada kelulusan.

Kepada orang tua tercinta I Ketut Rantes (Bapak) dan Ni Nyoman Suci (Ibu) yang selalu memberikan doa, motivasi, serta semangat demi kesuksesan dan kebahagiaan saya yang tidak akan pernah bisa tergantikan sampai kapanpun.

Untuk teman – teman dan sahabat, yang selalu memberikan dukungan dan kerjasama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, Terimakasih atas semangat dan dukungan kalian.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Skincare* Scarlett Whitening”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., CA, CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Koman Krisna Hetyanda, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA, selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, mengarahkan, dan memberikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Rahutama Atidira, S.T., M.M selaku Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk-petunjuk dan sumbangan pikiran dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.
9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
10. Kedua orang tua (I Ketut Rantes dan Ni Nyoman Suci), dan keluarga besar yang selalu memberikan Doa, Semangat, motivasi, dukungan sehingga



penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Sahabat dan para teman, Dian, Leny, Putri, Yasinta, Ratna, Nova dan juga teman-teman Manajemen angkatan 2018 yang turut memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.



## DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
2.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.2 Kualitas Produk.....	12
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk.....	13
2.2.3 Indikator Kualitas Produk.....	13
2.3 Citra Merek.....	14
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	14
2.3.2 Dimensi Citra Merek.....	14
2.3.3 Indikator Citra Merek.....	15
2.4 Hasil Penelitian yang Relevan.....	15

2.5 Hubungan Antar Variabel.....	19
2.5.1 Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.5.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.5.3 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.6 Kerangka Berpikir.....	20
2.7 Hipotesis Penelitian.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.2 Rancangan Penelitian.....	23
3.3 Subjek Penelitian.....	23
3.4 Populasi dan Sampel.....	24
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	25
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	26
3.6.1 Metode Pengumpulan data.....	26
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	26
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	28
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
3.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	32
3.8 Rancangan Hipotesis Penelitian.....	32
3.8.1 Uji Secara Simultan.....	33
3.8.2 Uji Secara Parsial.....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Deskripsi Data.....	35
4.2 Pengujian Asumsi.....	36
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	36
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40

4.4 Koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	43
4.5 Pengujian Hipotesis.....	43
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	44
4.5.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	44
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	45
4.6.1 Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	45
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	47
4.6.3 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.7 Keterbatasan Penelitian.....	49
4.8 Implikasi.....	49
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>51</b>
5.1 Rangkuman.....	51
5.2 Simpulan.....	52
5.3 Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian.....	4
Tabel 1.2	Observasi Awal Variabel Kualitas Produk.....	5
Tabel 1.3	Observasi Awal Variabel Citra Merek.....	6
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	15
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	27
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 4.1	Karakteristik Responden.....	35
Tabel 4.2	Karakteristik Responden.....	35
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas dengan <i>One-Sample Kolmogorof-smirnof Test</i> .....	37
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolinieritas.....	38
Tabel 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser.....	40
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	41



## DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 1.1	Grafik Penjualan <i>Skincare</i> Kota Singaraja Bulan Oktober 2021.....	3
Gambar 2.1	Kerangka Konsep Penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	21
Gambar 4.1	Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan <i>P-Plot</i> .....	37
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Scatterplot</i> .....	49
Gambar 4.3	Stuktur Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Scarlett Whitening.....	42



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
Lampiran 01	Grafik Penjualan <i>Skincare</i> Kota Singaraja Bulan Oktober 2021.....	61
Lampiran 02	Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Koesioner Awal dan Koesioner Secara Total Variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.....	62
Lampiran 03	Koesioner Penelitian.....	68
Lampiran 04	Tabulasi Data Koesioner Awal Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Citra Merek ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	71
Lampiran 05	Deskripsi Data Responden.....	72
Lampiran 06	Tabulasi Data Populasi Penelitian.....	73
Lampiran 07	Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Populasi Penelitian.....	77
Lampiran 08	Output SPSS Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linier Berganda .....	82