

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SABUN MANDI MEREK LIFEBOUY
DI KABUPATEN BADUNG**

SKRIPSI

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



**Oleh
Putu Gede Mahaditha
NIM 1817041220**

**PROGRAM STUDI 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,



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

Pembimbing II,



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E.,M.M
NIP. 198505042015042001

Skripsi oleh Putu Gede Mahaditha
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 11 Mei 2022

Dewan Penguji,



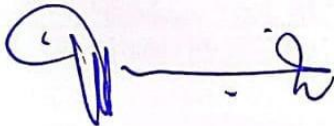
Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP. 198805032018031001

(Ketua)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.
NIP. 198505042015042001

(Anggota)



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

(Anggota)

Di Terima Oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat – syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 11 Mei 2022

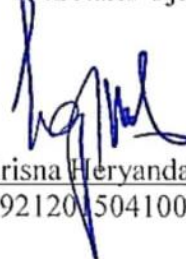
Mengetahui

Ketua Ujian,



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

Sekretaris Ujian,



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP.198309212005041001



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Merek Lifebuoy di Kabupaten Badung” beserta seluruh isinya adalah 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 risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 11 Mei 2022

Yang membuat pernyataan,



Putu Gede Mahaditha

NIM 1817041220

MOTTO

**“YUK BISA YUK, YUK SEMANGAT YUK, HIDUP YA PAHIT, TAPI
HARUS DIJALANIN”**

PUTU GEDE MAHADITHA



KATA PERSEMBAHAN

"Puji syukur saya panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas anugerah dan karunia yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

-Kepada Bapak dan Ibu Pembimbing Rahutama Atidira, S.T., M.M dan Ibu Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E.,M.M, yang selalu penuh tanggung jawab dalam memberikan bimbingan, saran dan pengarahan hingga setiap goresan tinta yang penuh arti dituangkan dalam skripsi ini, telah mengantarkan saya pada kelulusan.

-Keluarga tercinta, Nyoman Marayasa (Bapak), Ketut Kantrining (Ibu), Kadek Budhi Artana (Adik) yang telah bekerja keras, penuh pengorbanan, dan kesabaran telah mengantarkan saya menuju kesuksesan serta untuk kasih sayang yang telah diberikan tidak akan pernah tergantikan sampai kapanpun.

-Terimakasih untuk semangat, dorongan, saran, dan doa yang tak henti diberikan dalam proses penulisan skripsi ini.

-Untuk orang terkasih, sahabat dan teman – teman serta kakak tingkat Jurusan Manajemen yang selalu memberikan dukungan dan kerja samanya yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Terima kasih

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Merek Lifebuoy di Kabupaten Badung”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus – tulusnya kepada yang terhormat:

- (1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- (2) Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., 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) Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Koordinasi Program Studi S1 Manajemen.
- (5) Rahutama Atidira, S.T, M.M. selaku Pembimbing I yang senantiasa sangat sabar membimbing dengan penuh ikhlas, memberikan motivasi, saran, dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab telah mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
- (6) Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E.,M.M. selaku Pembimbing II sekaligus Pembimbing Akademik yang dengan sangat sabar membimbing dengan penuh ikhlas, memberikan motivasi, dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab mengarahkan penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
- (7) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu membimbing dan mendidik saya selama menempuh pendidikan di Jurusan Manajemen.

- (8) Kepala Tata Usaha serta semua staf di Jurusan Manajemen yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi terkait dengan perkuliahan.
- (9) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha serta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan bagi penulis dalam hal peminjaman buku - buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi.
- (10) Kedua orang tua saya, Nyoman Marayasa dan Ketut Kantringing, adik tersayang Kadek Budhi Artana, keluarga besar tersayang serta orang terkasih yang selalu memberikan semangat, motivasi, dorongan moral, dan doa yang terbaik sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- (11) Teman-teman Kelas C Manajemen serta Kelas 7A Manajemen Pemasaran, yang telah menemani masa-masa di perkuliahan.
- (12) HMJ Manajemen 19/20 yang telah menjadi wadah untuk pengembangan diri
- (13) Sokir, Sotong, Koko, Kemper, Mahok, Cokolok yang telah menemani dalam gradag-grudug ketika kuliah dan saat pulang kuliah.
- (14) Kadek Citra Yastami, yang telah menemani masa-masa saya dalam keadaan senang ataupun susah ketika hidup merantau di Kota Singaraja, semoga kita langgeng.
- (15) Wahyu, Agus ria, yang telah menjadi kakak tingkat sekaligus teman mendaki gunung dikala suntuk dengan perkuliahan.
- (16) Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Singaraja, 11 Mei 2022

Penulis

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.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.7 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Deskripsi Teoritis.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 <i>Brand Image</i>	11
2.1.2.1 Definisi <i>Brand Image</i>	11
2.1.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	12
2.1.2.3 Indikator <i>Brand Image</i>	12
2.1.3 Kualitas Produk.....	13
2.1.3.1 Definisi Kualitas Produk.....	13
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	13
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	14
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	15

2.3 Hubungan Antar Variabel	17
2.3.1 Hubungan <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.3.2 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.3.3 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.4 Kerangka Berpikir	20
2.5 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2 Rancangan Penelitian	23
3.3 Jenis dan Sumber Data	24
3.4 Subjek dan Objek	24
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
3.7 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	26
3.7.1 Metode Pengumpulan Data	26
3.7.2 Instrumen Pengumpulan Data	27
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data.....	30
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	30
3.8.2 Analisis Linier Berganda.....	32
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)	33
3.9 Pengujian Hipotesis.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Deskripsi Data	35
4.2 Uji Asumsi Klasik	36
4.3 Pengujian Hipotesis.....	40
4.3.1 Analisis Linier Berganda.....	40
4.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)	42
4.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	43

4.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	43
4.3.5 Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	44
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	44
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Merek Lifebuoy di Kabupaten Badung	44
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Merek Lifebuoy di Kabupaten Badung	46
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Merek Lifebuoy di Kabupaten Badung	48
4.4.4 Keterbatasan Penelitian	49
4.4.5 Implikasi	50
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Rangkuman.....	53
5.2 Simpulan.....	55
DAFTAR RUJUKAN	57
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	15
Tabel 3. 1 Variabel, Konsep Variabel, Indikator dan Skala Ukur	26
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas	29
Tabel 4. 1 Deskripsi Data Responden	35
Tabel 4. 2 Hasil Uji Multikolonieritas	38
Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Heterokedasitas menggunakan <i>Spearman RHO</i>	39
Tabel 4. 4 Ringkasan Output SPSS Analisis Linier Regresi Berganda	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 <i>Booming Cities 2020</i> , 10 Wilayah Paling Berkembang di Indonesia	1
Gambar 2. 1 Data <i>Top Brand Index</i> dalam Kategori Sabun Mandi Tahun 2019-2021 di Indonesia	21
Gambar 4. 1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik Histogram P-plot.....	37
Gambar 4. 2 Struktur Hubungan Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Merek Lifebuoy di Kabupaten Badung	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Kuesioner	61
Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner	65
Lampiran 3. Output SPSS	70

