

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG  
PRODUK *SKINCARE* MS GLOW  
DI SINGARAJA**

**SKRIPSI**

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



**Oleh  
Ni Nyoman Murniasih  
NIM 1917041104**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA  
2023**

**SKRIPSI**

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



Pembimbing I,

Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.  
NIP. 197611102014042001

Pembimbing II,

Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.  
NIP. 198502202010121007

Skripsi oleh Ni Nyoman Murniasih  
Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
Pada tanggal 20 Februari 2023

Dewan Penguji,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.  
NIP. 197611102014042001

( Ketua )



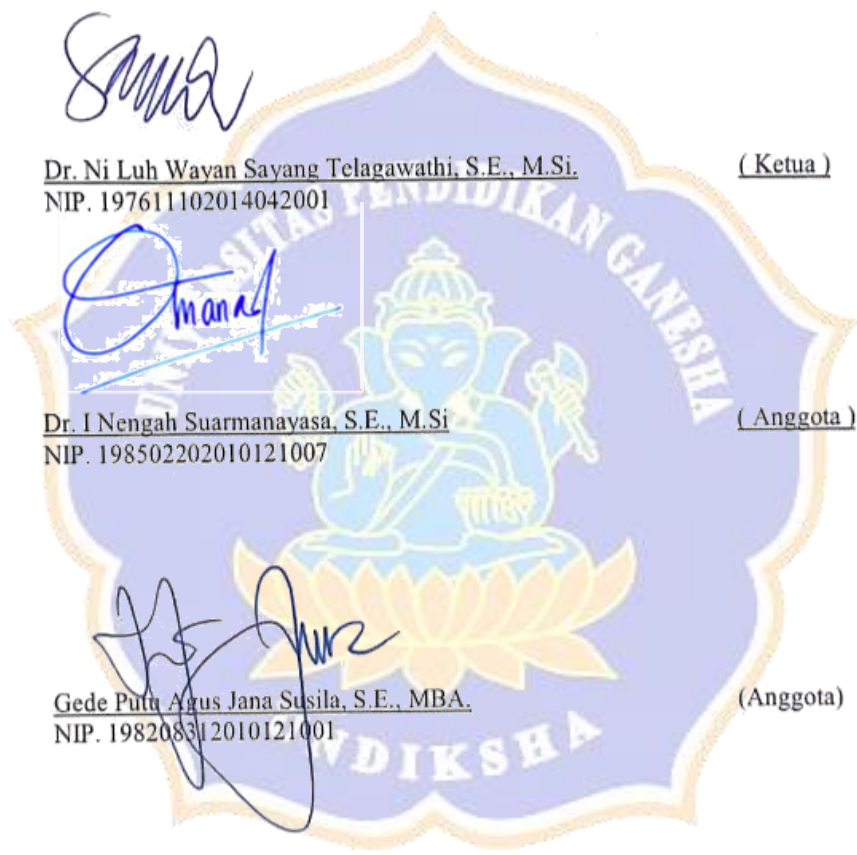
Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si  
NIP. 198502202010121007

( Anggota )



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA.  
NIP. 198208312010121001

( Anggota )



Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 21 Februari 2023



Mengetahui,

Ketua Ujian, Sekretaris Ujian,

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

Dr. Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M  
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adt Yumarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA  
NIP. 197906162002121002

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk *Skincare* Ms Glow di Singaraja " 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 ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 21 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Ni Nyoman Murniasih  
NIM. 1917041104



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk *Skincare* Ms Glow di Singaraja**”. 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. Prof. 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. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, membimbing, dan mengarahkan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk, motivasi, serta bimbingan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang mendidik dan selalu memberi saran selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kedua orang tua (I Gede Warmipa dan Ni Luh Sumeptri), kedua saudara (Pasmis dan Septia), nenek, bibi, paman dan saudara sepupu, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Eka, Intan, Rian, Suastari, Ayuswedian, Dekta, Imas, yang selalu menemani, memotivasi, dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. 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 sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.



Singaraja, 21 Februari 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKARTA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Pembatasan Masalah.....	10
1.4 Perumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
<u>2.1 Deskripsi Teoretis.....</u>	13
<u>2.1.1 Minat Beli Ulang.....</u>	13
<u>2.1.2 Citra Merek.....</u>	16
<u>2.1.3 Kualitas Produk.....</u>	19
<u>2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....</u>	22
<u>2.3 Hubungan Antar Variabel.....</u>	25
<u>2.3.1 Hubungan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang.....</u>	25
<u>2.3.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....</u>	26
2.3.3 Hubungan Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	26
<u>2.4 Kerangka Berfikir.....</u>	28
<u>2.5 Hipotesis Penelitian.....</u>	30



BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.2 Rancangan Penelitian.....	31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	32
3.4 Sampel Penelitian.....	32
3.5 Variabel dan Definisi Oprasional Variabel Penelitian.....	34
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	35
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	35
3.7 Metode dan Tehnik Analisis Data.....	38
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.7.3 Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	42
3.8 Uji Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Data.....	44
4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	46
4.2.1 Uji Normalitas.....	47
4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	48
4.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	49
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.4 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52
4.5 Pengujian Hipotesis.....	52
4.5.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk <i>Skincare</i> Ms Glow.....	52
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk <i>Skincare</i> Ms Glow.....	53
4.5.3 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk <i>Skincare</i> Ms Glow.....	53

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
4.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk <i>Skincare</i> Ms Glow.....	54
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk <i>Skincare</i> Ms Glow.....	57
4.6.3 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk <i>Skincare</i> Ms Glow.....	59
4.7 Keterbatasan Penelitian.....	61
4.8 Implikasi.....	62
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Rangkuman.....	63
5.2 Simpulan.....	65
5.3 Saran.....	66
DAFTAR RUJUKAN.....	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	72



## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	5 Brand <i>Skincare</i> Penjualan Terlaris 2021-2022 di <i>E Commerce</i> .....	2
Tabel 1.2	Observasi Awal Variabel Minat Beli Ulang.....	5
Tabel 1.3	Observasi Awal Variabel Citra Merek.....	7
Tabel 1.4	Observasi Awal Variabel Kualitas Produk.....	9
Tabel 2.1	Hasil Penelitian yang Relevan.....	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	37
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 4.1	Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2	Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3	Hasil Kuesioner Berdasarkan Pekerjaan, Penghasilan, Volume Pembelian.....	45
Tabel 4.4	Hasil Uji Normalitas dengan <i>One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test</i> .....	48
Tabel 4.5	Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.6	Ringkasan Hasil <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.7	Hasil Uji F <i>Output</i> ANOVA.....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk <i>Skincare Ms Glow</i> .....	50
Gambar 4.1 Grafik Normal <i>P-P Plots of Regression Standarized Residual</i> .....	47
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterp lots</i> .....	29



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
Lampiran 01	Data Penjualan 5 <i>Brand Skincare</i> Ms Glow Tahun 2021-2022 di <i>E-commerce</i> Menurut <i>Compas.id</i> .....	73
Lampiran 02	Data Penjualan <i>Skincare</i> Ms Glow di Singaraja Tahun 2020-2022.....	74
Lampiran 03.	Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Minat Beli Ulang.....	75
Lampiran 04	Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 05	Deskripsi Data Responden.....	84
Lampiran 06	Hasil Kuesioner Pernyataan Responden Variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan Minat Beli Ulang.....	85
Lampiran 07	Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS 25 <i>For Windows</i> Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Minat Beli Ulang.....	88
Lampiran 08	Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS 25 <i>For Windows</i> Uji Asumsi Klasik Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Minat Beli Ulang.....	92
Lampiran 09	Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS 25 <i>For Windows</i> Uji Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), dan Uji Hipotesis Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Minat Beli Ulang.....	94