

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SUNSCREEN*
WAJAH NIVEA DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**

**OLEH
MADE YUNITA PRABAWATI ARISNA PUTRI
NIM 2017041099**



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

2024

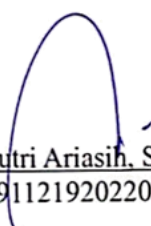
SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan
Memenuhi Syarat-syarat Untuk
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**




Menyetujui

Pembimbing I,

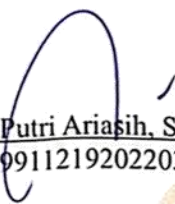

Made Putri Ariasih, S.Si., M.M
NIP. 199112192022022010

Pembimbing II,



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

Skripsi oleh Made Yunita Prabawati Arisna Putri
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 08 Mei 2024


Dewan Penguji,


Made Putri Ariasih, S.Si., M.M.
NIP. 199112192022032010

(Ketua)


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

(Anggota)


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

(Anggota)



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

Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 08 Mei 2024

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



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



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106071020122017

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 19790616162002121003

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Sunscreen* Wajah Nivea di Kota 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 bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila juga saya dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Singaraja, 08 Mei 2024

Membuat pernyataan.



Made Yunita Prabawati Arisna Putri
2017041099

KATA PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

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

Terima kasih saya sampaikan kepada Ibu Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah banyak memberikan motivasi dan saran kepada saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta, I Made Sujana (Alm) dan Ni Gusti Made Ariati S.E (Ibu) yang merupakan seseorang yang paling berpengaruh dan menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dimana beliau tiada henti-hentinya memberikan kasih sayang, motivasi, material, maupun dukungan disetiap keadaan. Terima kasih untuk semuanya, berkat restu dan dukungan Ibu saya bisa berada di titik ini.

Serta saudara saya Putu Devi Komala Arisna Putri yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan, bantuan, serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada Diri sendiri wanita yang luar biasa berusaha keras, bertahan, dan mau terus bangkit menyelesaikan masalah, melawan ketakutan, dan tidak mudah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

Terimakasih telah berproses.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat dan karunianya lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **”Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Sunscreen* Wajah Nivea di Kota Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E.,M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. selaku Pembimbing I yang membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan motivasi, saran dan penuh tanggung jawab, memberikan semangat mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si, selaku Pembimbing II yang dengan segala tanggung jawab dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen, Kepala Tata usaha serta staf di Jurusan Manajemen yang selalu mendidik dan memberikan saran selama penulis belajar di Program Studi Manajemen.

8. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku yang dibutuhkan selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Yang istimewa kedua orang tua saya, I Made Sujana (Alm) dan Ni Gusti Made Ariati. Terkhusus ibu saya yakni Ni Gusti Made Ariati saya ucapkan banyak-banyak terimakasih sudah memberikan saya dukungan sampai sejauh ini serta tiada henti dalam memberikan motivasi dan nasehat berupa moral, material, sehingga skripsi ini selesai tepat waktu. Serta saudara saya Putu Devi Komala Arisna Putri yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan, serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman kelas C Manajemen dan juga teman-teman Manajemen angkatan 2020 yang turut memberikan motivasi dan atas kerjasama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih kenangan indah kalian dan warna-warni masa kuliah.
11. 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 sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Singaraja, 08 Mei 2024

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKARTA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2 Model Perilaku Konsumen.....	11
2.2 Keputusan Pembelian.....	12
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.2.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	14
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.3 Citra Merek.....	15
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	15
2.3.2 Dimensi Citra Merek.....	17
2.3.3 Indikator Citra Merek.....	18
2.4 Persepsi Harga.....	18

2.4.1 Pengertian Persepsi Harga	18
2.4.2 Dimensi Persepsi Harga.....	19
2.4.3 Indikator Persepsi Harga.....	20
2.5 Kajian Hasil Penelitian.....	21
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.6.1 Hubungan Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.6.2 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.6.3 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.7 Kerangka Berpikir.....	27
2.8 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.2 Rancangan penelitian	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.4 Sampel Penelitian	30
3.5 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian	31
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	32
3.6.1 Metode pengumpulan data.....	32
3.6.2 Pengujian Instrumen Pengumpulan Data.....	32
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data	37
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.7.3 Koefisien Determinasi R^2	40
3.8 Pengujian Hipotesis	40
BAB IV PEMBAHASAN ..	42
4.1 Deskripsi Data.....	42
4.2 Pengujian Asumsi.....	44

4.2.1 Uji Asumsi Klasik	44
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)	48
4.3 Pengujian Hipotesis.....	49
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
4.4.1 Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wajah Nivea di Kota Singaraja.....	50
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wajah Nivea di Kota Singaraja	52
4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wajah Nivea di Kota Singaraja	54
4.4.4 Keterbatasan Penelitian	55
4.5 Implikasi.....	56
BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Rangkuman.....	58
5.2 Simpulan.....	60
5.3 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel	
Tabel 1.1 Perbandingan Harga Produk <i>Sunscreen</i>	4
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	21
Tabel 3.1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Besar	35
Tabel 3.4 Uji Relibilitas Sampel Kecil	36
Tabel 3.5 Uji Relibilitas Sampel Besar	37
Tabel 4.1 Deskripsi Data Responden	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Uji Gleser Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Top Brand Index Merek <i>Sunscreen</i> di Indonesia Tahun 2019-2023 ...	2
Gambar 1.2 Data Penjualan <i>Sunscreen</i> di Tokopedia dan Blibli	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Sunscreen</i> Nivea di Kota Singaraja	28
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik Normal P-plot ...	44
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedasitas menggunakan <i>Scatterplot</i>	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 0.1 Hasil Pra Survei	66
Lampiran 0.2 Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 0.3 Tabulasi Data Sampel Kecil.....	72
Lampiran 0.4 Tabulasi Data Sampel Besar	74
Lampiran 0.5 Hasil Pehitungan SPSS <i>for Windows</i> Versi 25.0 Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil.....	79
Lampiran 0.6 Hasil Pehitungan SPSS <i>for Windows</i> Versi 25.0 Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar	83
Lampiran 0.7 Hasil Output Perhitungan SPSS <i>for Windows</i> Versi 25.0 Uji Regresi Linier Berganda.....	89
Lampiran 0.8 Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS <i>for Windows</i> Versi 25.0 Asumsi Klasik	91
Lampiran 0.9 Hasil Perhitungan SPSS <i>for Windows</i> Versi 25.0 Uji t dan Uji F... 93	
Lampiran 10 Hasil Output Frenkuensi Pertanyaan Kuesioner Masing-masing Indikator	94

