

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE SKINTIFIC* DI TOKO
KOSMETIK *QUEEN BEAUTY* SINGARAJA**

SKRIPSI



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,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP.198207292010122003

Pembimbing II,



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

Skripsi oleh Luh Sri Suastini ini
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 29 Mei 2024

Dewan Penguji,



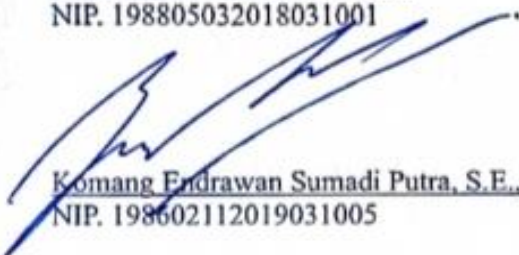
Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP.198207292010122003

(Ketua)



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

(Anggota)



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada :
Hari : Rabu
Tanggal : 29 Mei 2024

Mengetahui

Ketua Ujian,



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

Sekretaris Ujian,



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



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

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Skintific* di Toko Kosmetik *Queen Beauty 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 di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.



Singaraja, 29 Mei 2024


Lili Sri Suastini

2017041011

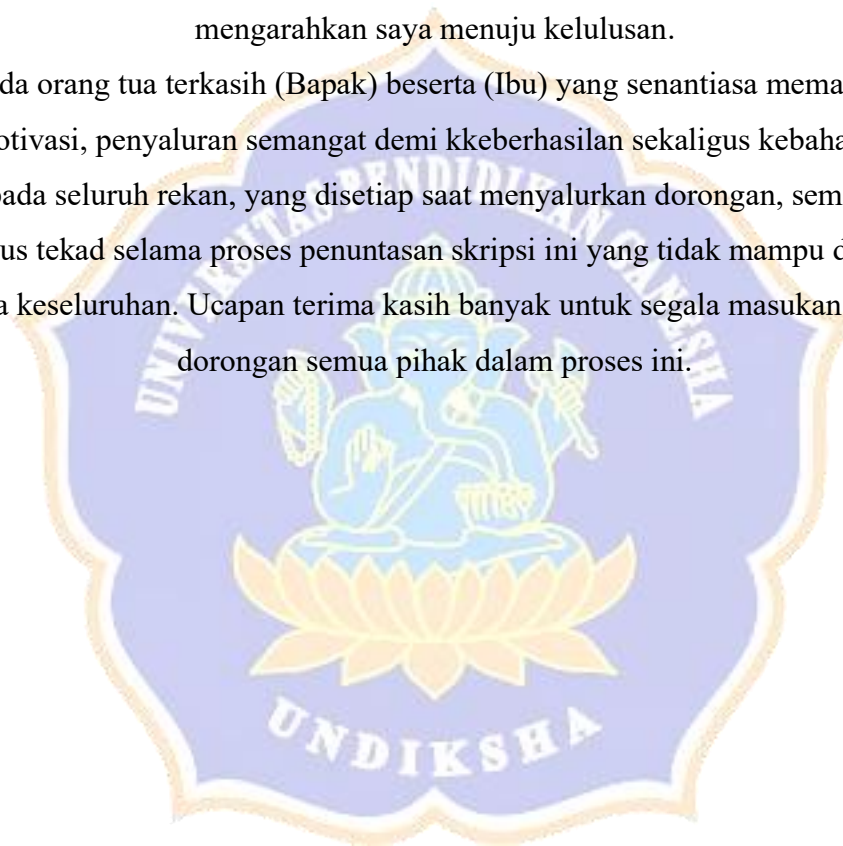
KATA PERSEMBAHAN

Rasa bersyukur saya haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, akan berkat beserta restu-Nya yang dilimpahkan, maka dari itu saya mampu menuntaskan skripsi ini sesuai tempo yang telah ditentukan.

Kepada Ibu Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., sebagai Pembimbing 1 serta Bapak Rahutama Atidira, S.T., M.M., sebagai Pembimbing 2 dengan sepenuhnya menyalurkan kebaikan di saat proses membimbing disertai dengan kritik serta petunjuk yang sangat membantu kelancaran proses penyusunan skripsi ini serta mengarahkan saya menuju kelulusan.

Kepada orang tua terkasih (Bapak) beserta (Ibu) yang senantiasa memanjatkan doa, motivasi, penyaluran semangat demi keberhasilan sekaligus kebahagiaan saya.

Kepada seluruh rekan, yang disetiap saat menyalurkan dorongan, semangat, sekaligus tekad selama proses penuntasan skripsi ini yang tidak mampu dituliskan secara keseluruhan. Ucapan terima kasih banyak untuk segala masukan beserta dorongan semua pihak dalam proses ini.



DAFTAR ISI

PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	11
1.3 Pembatasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI	15
2.1 Keputusan Pembelian	15
2.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian	15
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.2. Citra Merek	17
2.2.1. Pengertian Citra Merek	17
2.2.2 Indikator Citra Merek	18
2.3. Kualitas Produk	19
2.3.1. Pengertian Kualitas Produk	19
2.3.2 Indikator Kualitas Produk	20
2.4. Penelitian Terdahulu yang Relevan	21
2.5 Hubungan Antar Variabel	24
2.5.1 Hubungan Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	24
2.5.2 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	24

2.5.3 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.6. Kerangka Berpikir	25
2.7 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel	31
3.4.1. Instrumen Variabel Terikat.....	35
3.4.1.1 Definisi Operasional variabel Penelitian	35
3.4.1.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	35
3.4.1.3 Pengujian Instrumen Penelitian	35
3.4.2. Instrumen Variabel Bebas.....	35
3.4.2.1 Definisi Operasional variabel Penelitian	35
3.4.2.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	35
3.4.2.3 Pengujian Instrumen Penelitian	35
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data	39
3.5.1 Uji Asumsi Klasik	40
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.6 Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Data	47
4.2 Pengujian Asumsi	48
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	48
4.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
4.5.1 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.5.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	60

4.7 Implikasi Penelitian	62
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Rangkuman.....	65
5.3 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	5 Brand Produk <i>Skincare</i> Terlaris Per-Juli-Oktober 2023 Di Toko <i>Queen Beauty</i> Singaraja.....	7
Tabel 2.1	Hasil penelitian Terdahulu yang Relevan.....	21
Tabel 3.1	Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Terikat.....	34
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Terikat.....	35
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Terikat.....	36
Tabel 3.4	Kisi-kisi Instrumen Variabel Bebas.....	36
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Bebas.....	37
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Bebas.....	38
Tabel 4.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan usia.....	47
Tabel 4.2	Gambaran Umum Responden Berlandaskan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i> <i>Test</i>	50
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Metode Glejser.....	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.7	Hasil Uji F (Simultan).....	55
Tabel 4.8	Hasil Uji t (Parsial).....	55
Tabel 4.9	Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 2.1	Paradigma Penelitian Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare Skintific</i> di Toko Kosmetik Queen Beauty Singaraja.....	26
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Mengaplikasikan Grafik <i>P-Plot</i>	49
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas Mengaplikasikan Grafik <i>Scatterplot</i>	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 0.1 Surat Permohonan Penelitian.....	72
Lampiran 0.2 5 <i>Brand</i> Produk <i>Skincare</i> Terlaris Per-Juli-Oktober 2023 Di Toko <i>Queen Beauty</i> Singaraja.....	73
Lampiran 0.3 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 0.4 Tabulasi Data Sampel Kecil.....	78
Lampiran 0.5 Tabulasi Data Sampel Besar.....	79
Lampiran 0.6 Deskripsi Data Responden.....	82
Lampiran 0.7 Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas.....	83
Lampiran 0.8 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik dan Analisis Regresi Linier Berganda.....	86

