

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SUNSCREEN AZARINE DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

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



**Oleh
Ni Komang Sutarini
NIM 2017041194**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

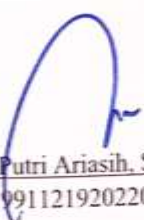
2024

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. 199112192022032010

Pembimbing II



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

Skripsi oleh Ni Komang Sutarini
Telah dipertahankan didepan dewan penguji
Pada tanggal : 5 Juni 2024


Dewan Penguji,


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

(Ketua)


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

(Anggota)


Dr. Komang Krispa Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

(Anggota)

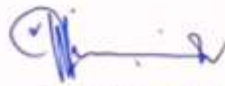
Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 5 Juni 2024

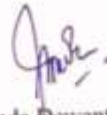
Mengetahui,

Ketua Ujian,



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

Sekretaris Ujian,



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



Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi

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

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *sunscreen* Azarine di Kota Singaraja" beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan penipuan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas penyelesaian ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya atau ada klaim terhadap karya saya.

Singaraja, 5 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Ni Komang Sutarini

2017041194

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmatNya-lah, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Sunscreen* Azarine di Kota Singaraja”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen 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 Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
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 sekaligus Pembimbing II penulis yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. selaku Pembimbing I yang dengan penuh tanggung jawab dan kesabaran memberikan bimbingan, saran, dan motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesainya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua saya, I Nyoman Nadra dan Ni Luh Kerti Asri serta saudara-saudara saya Ni Luh Sutami dan Ni Kadek Ayu Sutarmi yang selalu

memberikan kasih sayang, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Kadek Dwi Ardana terima kasih karena sudah selalu ada untuk penulis baik disaat suka maupun duka. Terima kasih juga sudah menemani penulis berproses selama ini dan telah berkontribusi banyak hal sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat dekat penulis yang selalu bersedia membantu selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini serta yang selalu mendampingi dan memberikan semangat.
10. Pengurus UKM Kesenian Daerah Undiksha Masa Bakti 2022/2023 yang telah banyak memberikan pengalaman sebagai proses pembelajaran awal dalam mengikuti suatu organisasi.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 13 Maret 2024



Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.2 Kualitas Produk.....	12
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	13
2.3 Citra Merek.....	17
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	17
2.3.2 Indikator Citra Merek.....	18
2.4 Kajian Hasil Penelitian Relevan.....	18
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	23

2.5.1 Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.5.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.5.3 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.6 Kerangka Berpikir	26
2.7 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.2 Rancangan Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.4 Metode dan Pengumpulan Data	33
3.4.1 Instrumen Variabel	34
3.4.1.1 Definisi dan Operasional Variabel.....	34
3.4.1.2 Kisi –Kisi Instrumen Penelitian.....	34
3.4.1.3 Pengujian Instrumen Penelitian	36
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data.....	40
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.5.3 Koefisien Determinasi R^2	44
3.5.4 Hipotesis Statistik.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Deskripsi Data	47
4.2 Pengujian Asumsi.....	49
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.2.3 Analisis Koefisien Determinasi R^2	53
4.3 Pengujian Hipotesis.....	55
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	57

4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian....	58
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	60
4.5 Implikasi.....	64
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Rangkuman.....	65
5.2 Simpulan.....	67
5.3 Saran.....	67
DAFTAR RUJUKAN	70
LAMPIRAN	76



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Variabel	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Sampel Kecil	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Sampel Besar	38
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sampel Kecil	39
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sampel Besar	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	48
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
Tabel 4.7 Uji F (Simultan)	55
Tabel 4.8 Hasil Uji t (Parsial)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 10 <i>Top brand</i> produk <i>sunscreen</i> lokal terlaris periode 17-31 Mei 2022.....	2
Gambar 1.2 <i>Top brand sunscreen</i> di Tokopedia dan Blibli periode April-Juni 2022.....	2
Gambar 1.3 Data Penjualan produk <i>sunscreen</i> di Shopee dan Tokopedia periode 1-15 September 2022	4
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas berdasarkan Normal P-P Plot.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 : Hasil Pra Survei.....	77
Lampiran 2 : Jadwal Penelitian.....	79
Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 4 : Gambaran Umum Responden.....	84
Lampiran 5 : Tabulasi Data Kuesioner	85
Lampiran 6 : Tabulasi Data Sampel Penelitan.....	95
Lampiran 7 : Output Pengujian Data pada SPSS.....	99
Lampiran 8 : Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	108
Lampiran 9 : Riwayat Hidup.....	109

