

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE WARDAH**

SKRIPSI

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



**Oleh
Ni Luh Kadek Raniari Utami
NIM 2017041080**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2024**

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN

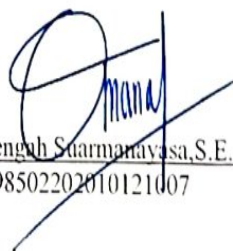
Menyetujui

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



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

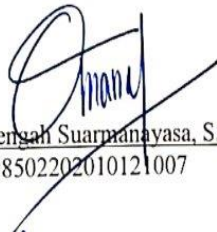
Skripsi oleh Ni Luh Kadek Raniari Utami ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 12 Juni 2024

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)



Dr. Komang Krisna 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 : 12 Juni 2024

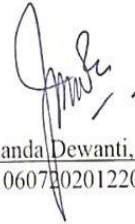
Mengetahui,

Ketua Ujian,



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

Sekretaris Ujian,



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



Mengesahkan
Dekan 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 *Skincare* Wardah” 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 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.

Singaraja, 12 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Ni Luh Kadek Raniari Utami

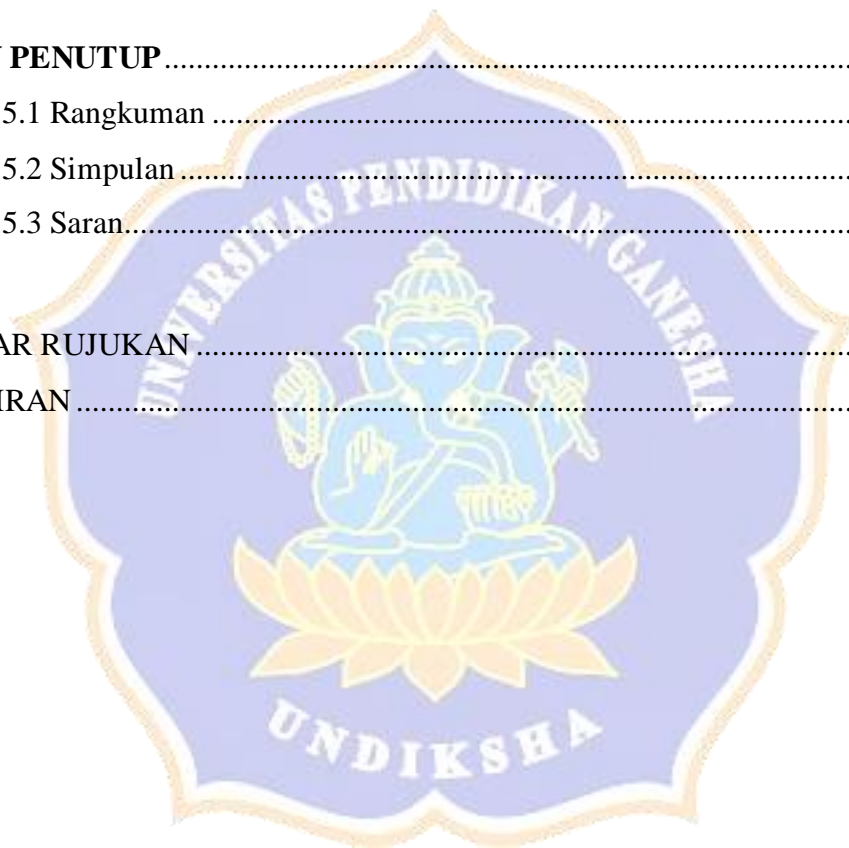
NIM.2017041080

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA	i
ABSTRAK	ii
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 Penelitian	8
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI	12
2.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.1 Proses Keputusan Pembelian	12
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	13
2.1.3 Dimensi Keputusan Pembelian	16
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.2 Kualitas Produk	17
2.2.1 Dimensi Kualitas Produk	18
2.2.2 Indikator Kualitas Produk	19
2.3 Citra Merek	20
2.3.1 Dimensi Citra Merek	20
2.3.2 Indikator Citra Merek	21
2.4 Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan	22
2.5 Hubungan Antar Variabel	26

2.5.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.5.2 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.5.3 Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.6 Kerangka Berpikir	28
2.7 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Rancangan Penelitian.....	30
3.1.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Subjek Penelitian/Populasi dan Sampel	31
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Instrumen Pengumpulan Data.....	35
3.4.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	36
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data.....	37
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.6 Pengujian Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Data.....	43
4.2 Pengujian Asumsi.....	44
4.2.1 Uji Normalitas.....	44
4.2.2 Uji Multikolinearitas	45
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	47
4.2.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	49
4.3 Pengujian Hipotesis.....	50
4.3.1 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	50
4.3.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	52

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	53
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Wardah	53
4.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Wardah	55
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Wardah	57
4.5 Implikasi.....	59
BAB V PENUTUP	61
5.1 Rangkuman	61
5.2 Simpulan	63
5.3 Saran.....	63
DAFTAR RUJUKAN	65
LAMPIRAN	68



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan.....	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Data.....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Glejser.....	47
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji F Pengaruh Secara Simultan.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji t Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Secara Parsial.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Merek Produk Kecantikan Terlaris 2022	3
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01 Surat Penelitian.....	67
Lampiran 02 Ketentuan Skor Kuesioner Awal	69
Lampiran 03 Hasil Kuesioner Awal Keputusan Pembelian.....	71
Lampiran 04 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 05 Pernyataan Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 06 Deskripsi Data Responden.....	76
Lampiran 07 Data Sampel Kecil.....	77
Lampiran 08 Data Sampel Besar.....	80
Lampiran 09 Hasil Uji Validitas <i>Output</i> SPSS	87
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas <i>Output</i> SPSS	89
Lampiran 11 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Asumsi Klasik.....	90
Lampiran 12 Hasil <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linear Berganda.....	91

