

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK
SUNSCREEN KAHF DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen**



**Oleh
I Wayan Krisna Dewantara
NIM 2117041254**

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

2025

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,



Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E., M.M.
NIP. 19910512 2023211031

Skripsi oleh I Wayan Krisna Dewantara ini
telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 14 Mei 2025

Dewan Penguji,



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

(Ketua)



Ida Bagus Komang Suarmaja, S.E., M.M.
NIP. 199105122023211031

(Anggota)



Rahutama Atidira, 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 : 14 Mei 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



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



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

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis saya yang berjudul **“Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk *Sunscreen* Kahf 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 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 ini.

Singaraja, 29 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,



I Wayan Krisna Dewantara

NIM. 2117041254

MOTTO

“Selalu Berusaha Untuk Jadi Lebih Baik Dari Kemarin”



KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan karunia yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Kepada pembimbing Ibu Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. dan Bapak Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E., M.M. yang selalu memberikan bimbingan, saran dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan mengantarkan saya pada kelulusan.

Kepada orang tua tercinta I Made Lagas (Ayah) dan Ni Komang Ayu Trisnawati (Ibu) yang selalu memberikan doa, motivasi, serta segala bentuk dukungan demi kesuksesan dan kebahagiaan saya yang tidak akan pernah bisa tergantikan sampai kapan pun.

Untuk sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan serta kerja sama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih atas dorongan dan motivasi yang telah kalian semua berikan.

Terima kasih.

PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk *Sunscreen* Kahf di Kota Singaraja”**. Adapun tujuan dari penulisan ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen 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 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., MBA., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, SE., M.M. selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing dan meluangkan waktunya dalam setiap proses bimbingan hingga pada akhirnya sampai pada tahap penyelesaian skripsi ini.
6. Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E., M.M selaku Pembimbing Pendamping yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta meluangkan waktunya untuk proses bimbingan sampai pada tahap penyelesaian skripsi ini.
7. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah dengan sabar dan penuh tanggung jawab memberikan bimbingan dan motivasi selama proses perkuliahan penulis.

8. Staf Dosen di Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha atas segala ilmu, wawasan, serta didikan dan motivasi yang telah diberikan selama proses perkuliahan.
9. Staf Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan banyak bantuan selama penulis menjalani proses perkuliahan sampai pada tahap penyelesaian skripsi.
10. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha dan para staf perpustakaan yang telah memberikan bantuan dalam pelayanan peminjaman buku-buku yang diperlukan penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
11. Keluarga tercinta, Bapak I Made Lagas, Ibu Ni Komang Ayu Trisnawati, yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi untuk penulis agar dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
12. Kepada Ni Kadek Priska Ayu Widyawati, yang senantiasa menemani, mengingatkan dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
13. Kepada teman dan sahabat yang telah membantu memberikan semangat serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak serta menambah wawasan pembaca.

Singaraja, 25 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	10
1.3 Pembatasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	11
 BAB II KAJIAN TEORI.....	 13
2.1 Minat Beli.....	13
2.1.1 Pengertian Minat Beli.....	13
2.1.2 Indikator Minat Beli.....	14
2.2 Kesadaran Merek.....	15
2.2.1 Pengertian Kesadaran Merek.....	15
2.2.2 Indikator Kesadaran Merek.....	16
2.3 Citra Merek.....	17
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	17

2.3.2 Indikator Citra Merek.....	19
2.3 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	19
2.4 Hubungan Antar Variabel	25
2.5 Kerangka Berpikir.....	31
2.5 Hipotesis Penelitian.....	31
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 33
3.1 Rancangan Penelitian.....	33
3.2 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.3.1 Populasi Penelitian.....	34
3.3.2 Sampel Penelitian.....	34
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	36
3.5.1 Metode Pengumpulan Data	36
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data	37
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	42
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	45
3.7 Pengujian Hipotesis.....	45
3.7.1 Uji t (Secara Parsial)	46
3.7.2 Uji F (Secara Simultan).....	48
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 49
4.1 Deskripsi Data Responden	49
4.2 Analisis Deskriptif	50
4.3 Pengujian Asumsi	52

4.3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.3.2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.3.3 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.4 Pengujian Hipotesis.....	60
4.4.1 Uji t	60
4.4.2 Uji F	62
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis	63
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	64
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	74
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	75
BAB V PENUTUP.....	78
5.1 Rangkuman	78
5.2 Simpulan	79
5.3 Saran.....	80
DAFTAR RUJUKAN	82
LAMPIRAN.....	85



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Sunscreen</i> Kahf di Yeppa Singaraja	4
Tabel 1.2 Data Penjualan <i>Sunscreen</i> Kahf di <i>Queen Beauty</i> Singaraja	5
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Penelitian	35
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.1 Deskripsi Data Responden	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Analisis Deskriptif	51
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.5 hasil Uji Glejser	57
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.8 Hasil Uji t	61
Tabel 4.9 Hasil Uji F	62
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis	63
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Kesadaran Merek	66
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Citra Merek	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli	31
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas <i>P-Plot</i>	53
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i>	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01 Daftar Produk <i>Sunscreen</i> Terlaris di <i>Shopee</i>	86
Lampiran 02 Kuesioner Observasi Awal Pengguna <i>Sunscreen</i>	87
Lampiran 03 Instrumen Penelitian	89
Lampiran 04 Tabulasi Data Kuesioner	93
Lampiran 05 Uji Kualitas Data	97
Lampiran 06 Hasil Analisis Deskriptif	98
Lampiran 07 Pengujian Asumsi Klasik	99
Lampiran 08 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	101
Lampiran 09 Hasil Uji Koefisien Determinasi	101
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis Statistik	101
Lampiran 11 Data Identitas Responden	102