

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK *SKINCARE* MEREK AVOSKIN DI YEPPA STORE SINGARAJA

SKRIPSI

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



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

2025

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
UJIAN**

Menyetujui,

Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 19820729 201012 2 003

Pembimbing II,



Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E., M.M.
NIP. 19910512 202321 1 031

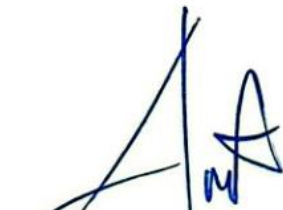
Skripsi oleh Ketut Ari Widyarini
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 25 Juni 2025

Dewan Penguji



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

(Ketua)



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

(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 : 25 Juni 2025

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.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Merek Avoskin di Yeppa *keputusan pembelian 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, 10 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



SEPULUH RIBU RUPIAH
10000
METERAN
TEMPEL
B47ADAMX374068994
Ketut Ari Widayarni

MOTTO

**“LAKUKAN SESUATU HARI INI YANG AKAN MEMBUAT DIRIMU DI
MASA DEPAN BERTERIMA KASIH.”**

– Sean Patrick Flanery



KATA PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wada atas berkat dan asung kertha wara nugraha dan kemudahan yang diberikan. Karya ini merupakan bentuk rasa syukur penulis kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Kepada Pembimbing, Ibu Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M dan Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E., M.M. yang penuh dengan tanggung jawab, kesabaran memberikan bimbingan, saran motivasi, serta telah meluangkan waktunya dari tahap awal sehingga skripsi ini terselesaikan dengan tepat waktu dan telah mengantarkan saya pada kelulusan.

Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tiada terhingga kepada cinta pertama penulis, Bapak I Made Yojana dan teristimewa Ibu Ni Made Dwi Erawati yang telah melahirkan, merawat, membimbing, dan melindungi dengan tulus serta penuh keikhlasan, mencurahkan segala kasih dan cintanya, serta yang senantiasa mendoakan, dan memberikan semangat, motivasi dan dukungan sepenuh hati.

Terimakasih atas masukan, motivasi, serta semangat dan doa-doa yang tak terhingga dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk seluruh keluarga tercinta yaitu kakak, adik, nenek, keponakan yang selalu menjadi penyemangat terbaik. Untuk sahabat, teman-teman, kakak-kakak tingkat, serta adik tingkat yang selalu memberikan semangat dan masukan yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa dipersembahkan kepada diri sendiri, terimakasih telah bertahan sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih atas semangat dan doa dari kalian semua.

~ be kind, be humble, be love ~

Terima kasih

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Brand Image dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Merek Avoskin di Yeppa Store Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna 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., M.Si., Ak., CA., CPA, 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 Ketua Program studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 5) Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dalam proses perkuliahan penulis.
- 6) Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 7) Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E., M.M., selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
- 8) Bapak dan Ibu dosen di Jurusan Manajemen yang mendidik dan selalu memberi saran selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- 9) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta seluruh staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang

berkaitan dengan perkuliahan

- 10) Seluruh responden yang telah bersedia memberikan data dan pengisian kuisioner dalam penelitian ini.
- 11) Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun material
- 12) Sahabat-sahabat penulis yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- 13) Seluruh mahasiswa prodi S1 Manajemen angkatan 2021 yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 14) Semua pihak terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu pada kesempatan ini, terima kasih penulis ucapkan atas dukungan, bantuan, dan motivasi yang telah diberikan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



Singaraja, 10 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	5
1.3 Batasan Masalah Penelitian	6
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
2.1 Minat Beli Ulang	8
2.1.1 Pengertian Minat Beli Ulang	8
2.1.2 Indikator Minat Beli Ulang	10
2.2 <i>Brand Image</i>	11
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	11
2.2.2 Indikator <i>Brand Image</i>	11
2.3 <i>Online Customer Review</i>	13
2.3.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	13
2.3.2 Indikator <i>Online Customer Review</i>	14
2.4 Penelitian Terdahulu	15
2.5 Hubungan antar Variabel	22

2.5.1 Hubungan <i>Brand Image</i> dan <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli Ulang	22
2.5.2 Hubungan <i>Brand Image</i> dan Minat Beli Ulang	23
2.5.3 Hubungan <i>Online Customer Review</i> dengan Minat Beli Ulang	23
2.6 Kerangka Berpikir	24
2.7 Hipotesis Penelitian	26
 BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.4 Metode Pengumpulan Data	28
3.4.1 Instrumen Variabel Terikat	29
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas	31
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data	34
3.5.1 Uji Asumsi Klasik	34
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	36
3.6 Hipotesis Statistik	37
3.6.1 Uji Secara Simultan (Uji F)	37
3.6.2 Uji Secara Parsial (Uji t)	37
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Data	39
4.2 Pengujian Asumsi	40
4.2.1 Pengujian Asumsi Klasik	40
4.2.2 Analisis Linier Berganda	43
4.3 Pengujian Hipotesis	44
4.3.1 Uji Parsial (t)	44
4.3.2 Uji Simultan (F)	46

4.3.3 Uji Koefisien Determinasi	47
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	48
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Ulang	48
4.4.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli Ulang	51
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli Ulang	54
4.5 Implikasi	57
4.6 Keterbatasan Penelitian	59
 BAB V PENUTUP	 60
5.1 Rangkuman	60
5.2 Simpulan	61
5.3 Saran	62
 DAFTAR RUJUKAN	 64
LAMPIRAN	68



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	29
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	30
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang.....	30
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang.....	31
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Bebas	31
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrument Penelitian Variabel Bebas	32
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> dan <i>Online Customer Review</i>	33
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas.....	34
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden.....	39
Tabel 4.2 Uji Multikolinieritas.....	42
Tabel 4.3 Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Parsial (t).....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Simultan (F).....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka konsep <i>brand Image</i> dan <i>online customer review</i>	26
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik <i>P-plot</i>	41
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01 Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 02 Tabulasi Data Kecil.....	71
Lampiran 03 Tabulasi Data Besar.....	74
Lampiran 04 Output SPSS.....	83
Lampiran 05 Data dan Review Konsumen.....	91

