

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MS GLOW PADA REMAJA PUTRI DI  
KECAMATAN RENDANG KABUPATEN  
KARANGASEM**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan program  
Sarjana Ekonomi**



**OLEH  
I GUSTI AYU ARI DARMA ARTA JULIANA  
NIM.2117041299**

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

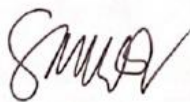
**2025**

**SKRIPSI**

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

**Menyetujui,**

Pembimbing I,



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

Pembimbing, 2



I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb  
NIP. 198612252022031003

Skripsi oleh I Gusti Ayu Ari Darma Arta Juliana  
Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
Pada tanggal.....

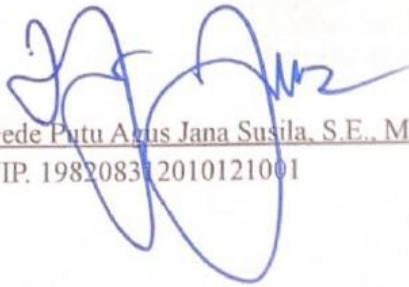
Dewan Penguji



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



I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb (Anggota)  
NIP. 198612252022031003



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. (Anggota)  
NIP. 198208312010121001

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

Pada:

Hari :Rabu

Tanggal :16

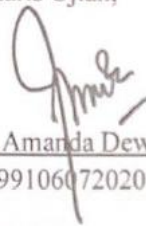
Mengetahui,

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 1979061620022121003

## PERNYATAAN

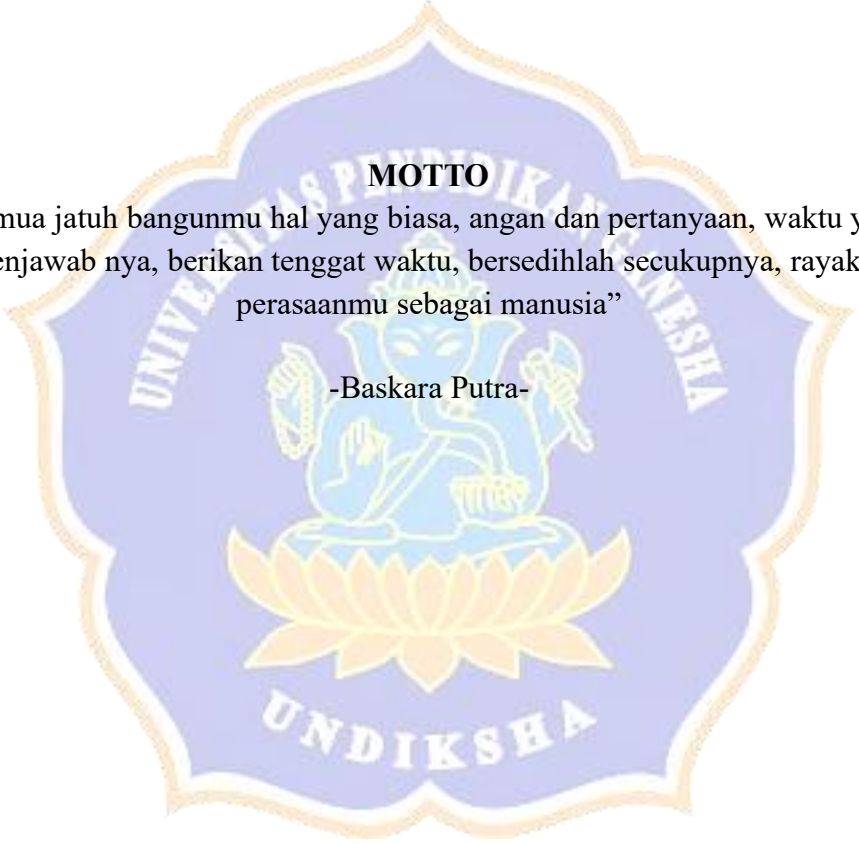
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul *"Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Pada Remaja Putri di Kecamatan Rendang Kabupaten Karangasem.."* beserta seluruh isinya merupakan hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri. Dalam penulisan karya ini, saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan yang melanggar kaidah dan etika keilmuan. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika akademik atau klaim atas ketidaktahuan karya ini, maka saya bersedia menerima segala bentuk konsekuensi dan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Singaraja, 16 juli 2025

Yang membuat pernyataan



I Gusti Ayu Ari Darma Arta Juliana  
NIM. 2117041299



### **MOTTO**

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan, waktu yang menjawab nya, berikan tenggat waktu, bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia”

-Baskara Putra-

## KATA PERSERMBAHAN

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 Dr Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi.S.E., M.Sidan Bapak I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang tiada henti. Kepakaran dan dedikasi bapak dan ibu dalam mendidik telah menginspirasi penulis untuk mencapai tujuan akademis. Penulis sangat menghargai waktu dan perhatian yang telah bapak dan ibu berikan selama proses penelitian ini. Semoga karya ini dapat menjadi cerminan dari bimbingan dan ilmu yang telah bapak dan ibu tanamkan.

Terima kasih atas segala pengorbanan dan motivasi yang telah bapak dan ibu berikan.

Dengan penuh rasa cinta kepada (alm) I Gusti Ngurah Arta Negara (Ayah) dan I Gusti Ayu Ade Darmawati (Ibu) yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang dan yang selalu menjadi sumber inspirasi dan penyemangat saya.

Untuk sahabat dan teman-teman yang selalu ada di samping penulis dalam setiap langkah. Dukungan dan kebersamaan kita membuat perjalanan ini lebih berarti.

## PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena atas berkat dan Rahmat-nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan **judul Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Prodak Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Pada Remaja Putri Di Kecamatan Rendang Kabupaten Karangasem**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana dalam bidang Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha.

Penulis menyadari, bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah berharga bagi penulis untuk menyelesaikannya oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih 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. Dr Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi.S.E., M.Si selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis di setiap proses hingga penulis berada di tahap penyelesaian skripsi ini.
6. I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb selaku Pembimbing Pendamping yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan penulis hingga penulis berada di tahap penyelesaian skripsi ini.
7. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M selaku Pembimbing Akademik yang telah sabar dan penuh tanggung jawab memberikan bimbingan dalam proses perkuliahan penulis.
8. Ayah tercinta I Gusti Ngurah Arta Negara (Alm) rasa sayang kepada beliau tidak pernah berkurang saat mengingat kejadian itu sampai saat ini tidak pernah percaya. Meskipun pada akhirnya harus melewati perjalanan ini

tanpa ditemani beliau. Terimakasih untuk selalu mengajarkan tetap kuat dan sabar. Rasa iri dan rindu yang tak tersampaikan pelukan yang tak ada balasan sering membuat saya terjatuh tapi itu semua tidak mengurangi rasa bangga dan terimakasih atas kehidupanmu yang ayah berikan.

9. Secara kusus kepada Ibu tercinta I Gusti Ayu Ade Darmawati Perempuan hebat yang tidak pernah menyerah dan selalu mengusahakan semuanya sekaligus menjalankan dua peran orang tua bagi anak-anaknya. Terimakasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan dengan penuh kasih sayang dan selalu berjuang supaya bisa tumbuh dewasa dan bisa berada pada posisi saat ini.
10. Saudara-saudara tersayang penulis I Gusti Ayu Ari Ardayani, I Gusti Ayu Ari Dara Juniarti, I Gusti Ngurah Ari Arta Darma Pajinengan yang selalu memberikan penulis dukungan, doa dan semangat yang tidak di dapatkan dimanapun, memberikan kebahagiaan dan membantu material untuk memenuhi keperluan penulis, dan keperluan dalam menyelesaikan skripsi.
11. Untuk seseorang yang berinisial 'N' terimakasih atas semua pengorbanan, kesabaran, waktu, kasih sayang yang diberikan kepada penulis, penulis ucapkan terimakasih karna sudah selalu siap dan mau ikut berperan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada I Gusti Ayu Mega Ari Sandi Pinatih Terimakasih sudah mau selalu terlibat dari mulai penulis menjadi maba hingga sampai saat ini.
13. Kepada I Gusti Ngurah Ari Karuniawan Terimakasih sudah memberikan penulis arahan dan perlindungan.
14. Kepada sahabat-sahabat penulis Manda, Agastya, Anjeli yang selalu memberikan semangat, canda, tawa pada saat mulai perkuliahan sampai saat ini
15. Dan yang terakhir untuk Diri saya sendiri. Mungkin saya belum sekuat orang lain tapi saya bangga saya tetap mau berusaha. Mungkin tidak banyak yang tau seberapa besar usaha saya untuk hidup dan berjuang tapi saya bangga masih tetap ada sampai saat ini. Mungkin banyak hal yang ingin membuat saya menyerah tapi saya bangga saya bisa melewatinya. Terimakasih sudah mau bertahan dan mencari jalan keluar dalam segala

keadaan yang pernah terjadi, dan terimakasih sudah berusaha menjadi versi terbaik dari diri saya. Saya bangga untuk setiap langkah kecil saya.



## DAFTAR ISI

|                                                                                    |             |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                                | <b>i</b>    |
| <b>PRAKATA.....</b>                                                                | <b>ii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                                            | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                                           | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                          | <b>ix</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                      | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                            | 1           |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                                                     | 5           |
| 1.3 Pembatasan Masalah .....                                                       | 5           |
| 1.4 Rumusan Masalah.....                                                           | 6           |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....                                                        | 6           |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....                                                       | 6           |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>                                                   | <b>8</b>    |
| 2.1 Keputusan Pembelian.....                                                       | 8           |
| 2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian .....                                           | 8           |
| 2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian .....                                          | 8           |
| 2.2 Citra Merek.....                                                               | 10          |
| 2.2.1 Definisi Citra Merek .....                                                   | 10          |
| 2.2.2 Indikator Citra merek.....                                                   | 11          |
| 2.3 Kualitas Produk.....                                                           | 12          |
| 2.3.1 Definisi Kualitas Produk.....                                                | 12          |
| 2.3.2 Indikator Kualitas Produk.....                                               | 12          |
| 2.4 Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan .....                                     | 14          |
| 2.5 Hubungan antar Variabel.....                                                   | 20          |
| 2.5.1 Pengaruh Kualitas Merek dan Citra merek Terhadap Keputusan<br>Pembelian..... | 20          |
| 2.5.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....                       | 20          |
| 2.5.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....                  | 22          |
| 2.6 Kerangka Berfikir .....                                                        | 23          |
| 2.7 Hipotesis Penelitian.....                                                      | 24          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                             | <b>26</b>   |

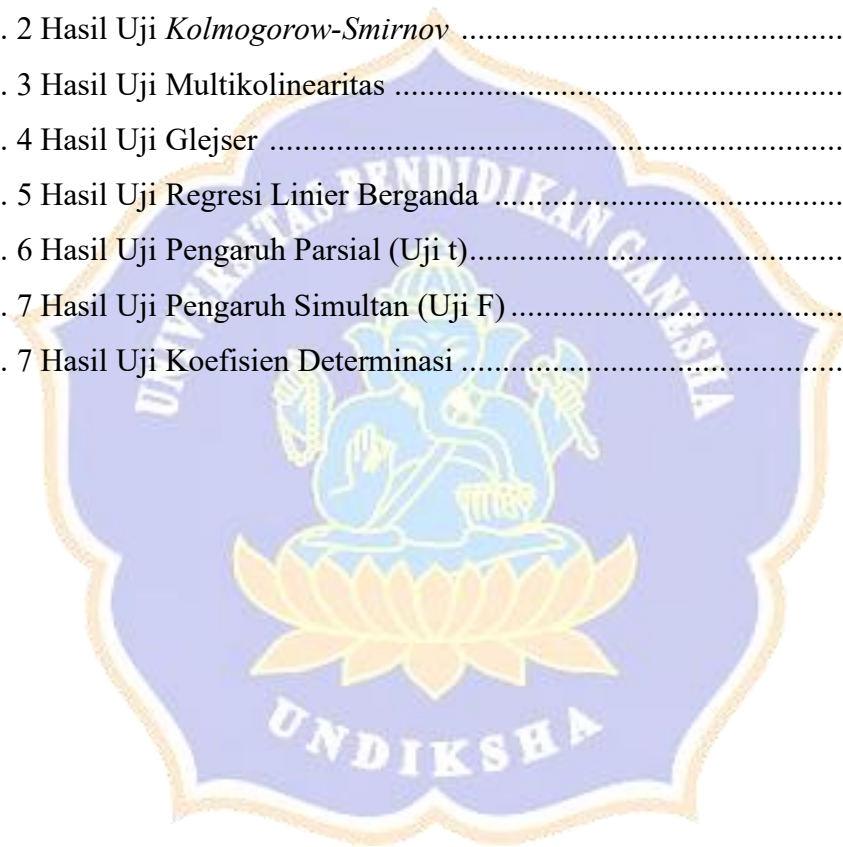
|                                                                                               |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....                                                         | 26        |
| 3.2 Rancangan Penelitian .....                                                                | 26        |
| 3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....                                                          | 27        |
| 3.4 Populasi dan Sempel Penelitian.....                                                       | 27        |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data .....                                                             | 28        |
| 3.5.1 Jenis dan Sumber Data .....                                                             | 28        |
| 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....                                                            | 28        |
| 3.5.3 Definisi Operasional Variabel.....                                                      | 29        |
| 3.5.4 Uji Validitas .....                                                                     | 30        |
| 3.5.5 Uji Reliabilitas .....                                                                  | 31        |
| 3.5.6 Uji Asumsi Klasik .....                                                                 | 32        |
| 3.5.7 Analisis Data Regresi Linear Berganda .....                                             | 33        |
| 3.6 Pengujian Hipotesis.....                                                                  | 34        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                                            | <b>39</b> |
| 4.1 Deskripsi Data.....                                                                       | 39        |
| 4.2 Pengujian Asumsi.....                                                                     | 41        |
| 4.2.1 Uji Normalitas .....                                                                    | 42        |
| 4.2.2 Uji Multikolinearitas.....                                                              | 43        |
| 4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....                                                            | 44        |
| 4.3 Analisis regresi Linier Berganda.....                                                     | 45        |
| 4.4 Pengujian Hipotesis.....                                                                  | 47        |
| 4.4.1 Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....                                                       | 47        |
| 4.4.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F) .....                                                     | 48        |
| 4.4.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                                   | 49        |
| 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....                                                          | 49        |
| 4.5.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....                                 | 49        |
| 4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....                             | 53        |
| 4.5.3 Pengaruh Simultan Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap<br>Keputusan Pembelian ..... | 59        |
| 4.6 Implikasi .....                                                                           | 64        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                          | <b>66</b> |
| 5.1 Simpulan.....                                                                             | 66        |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| 5.2 Saran.....              | 67        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>69</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Peneliti yang relevan.....                        | 14 |
| Tabel 3. 1 Dīfinisi Operasional.....                         | 30 |
| Tabel 1. 1 Hasil Uji Validitas.....                          | 30 |
| Tabel 1. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....                       | 30 |
| Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 31 |
| Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia .....            | 32 |
| Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner Berdasarkan Pendapatan .....      | 33 |
| Tabel 4. 2 Hasil Uji <i>Kolmogorow-Smirnov</i> .....         | 34 |
| Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinearitas .....                 | 35 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Glejser .....                           | 36 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....           | 37 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji <i>t</i> ).....   | 38 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji <i>F</i> ) ..... | 39 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....             | 39 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                              |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Gambar A. 1 Data penjualan produk kecantikan MS Glow 2024 Kompas.co.id ....4                                                 |  |
| Gambar K.4. 1 Struktur hubungan pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian produk MS GLOW..... 20 |  |
| Gambar A. 1 Data penjualan produk kecantikan MS Glow 2024 Kompas.co.id ....4                                                 |  |
| Gambar A. 1 Data penjualan produk kecantikan MS Glow 2024 Kompas.co.id ....4                                                 |  |

