

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* MEREK HANASUI PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNDIKSHA SINGARAJA**

SKRIPSI

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

**Oleh
I Gusti Ayu Jyothi Sari Dewi
NIM 2117041114**

**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**

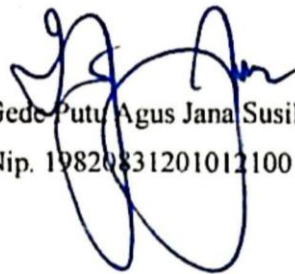
Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.SI.
Nip.197611102014042001

Pembimbing II,



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A.
Nip. 198208312010121001

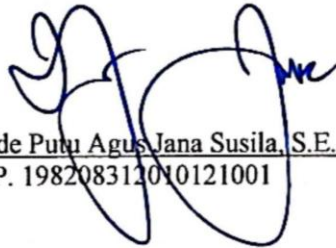
Skripsi oleh I Gusti Ayu Jyothi Sari Dewi
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 17 Juli 2025

Dewan penguji,



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

(Ketua)



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

(Anggota)



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

(Anggota)

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

Pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 17 Juli 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



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



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

Mengerahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Nama : I Gusti Ayu Jyothi Sari Dewi
NIM : 2117041114
Tempat, Tanggal Lahir : Singaraja, 13 Agustus 2003
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Merek Hanasui Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha 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 resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 30 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



I Gusti Ayu Jyothi Sari Dewi

2117041114

MOTTO

"She lost a part of her world, but grew a whole new one within."



KATA PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas anugrah dan karunia yang telah diberikan-Nya, sehingga skripsi yang saya buat dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Kepada Ibu Dr. Ni Luh Wayang Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. selaku pembimbing utama dan Bapak Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku pembimbing pendamping yang selalu memberikan bimbingan, saran, masukan serta arahan dengan penuh tanggung jawab dan kesabaran, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan mengantarkan saya sampai pada jenjang saat ini.

Kepada kedua orang tua penulis ayah dan Ibu yang selalu memberikan doa, motivasi serta segala bentuk dukungan demi kesuksesan dan kebahagiaan penulis yang tidak akan pernah bisa tergantikan sampai kapanpun.

Untuk sahabat dan teman – teman yang selalu memberikan dukungan dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih atas dorongan dan motivasi yang telah kalian semua berikan.

PRAKATA

Puji Syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat Rahmat-Nya lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Merek Hanasui pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyakn mendapatkan bantuan berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd, Rektor Undiksha Singaraja, atas kesempatan dan pengalaman berharga selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi, atas motivasi dan dukungan fasilitas yang diberikan.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. Ketua Jurusan Manajemen dan Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberikan arahan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. Koordinator Prodi Manajemen, atas bantuannya selama proses studi.
5. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. Dosen Pembimbing I, yang senantiasa membimbing dan memberikan masukan serta motivasi dan juga fasilitas kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

6. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. sebagai penguji skripsi yang senantiasa memberikan masukan serta motivasi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi.
7. Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Almarhum ayahanda tercinta I Gusti Bagus Ngurah Wisnawa Semada, S.E. Meski ragamu telah tiada, kasih sayang, dan doamu senantiasa menjadi cahaya dalam setiap langkahku. Sosokmu adalah sumber kekuatan dan inspirasi terbesar di hidup penulis hingga penulis menjadi pribadi yang mandiri dan tangguh. Terima kasih atas cinta tanpa syarat, kerja keras yang tak pernah lelah, dan segala pengorbanan yang telah diberikan selama hidup. Kepergianmu menyisakan ruang yang tak tergantikan dan rindu yang tak tersampaikan, namun semangatmu hidup dalam setiap keberhasilanku termasuk selesainya skripsi ini.
9. Ibunda tercinta Anak Agung Ayu Putu Dian Kusumawati Dewi, perempuan hebat yang menjadi tulang punggung keluarga sekaligus dua peran orang tua bagi anak anaknya, Terimakasih sudah melahirkan, merawat, dan mendidik dengan penuh kasih sayang.
10. Saudara tersayang Anggitha, Dheva dan Chanda yang senantiasa menemani dan mendukung penulis hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih juga kepada sahabat terbaik Yuni, Ryoni, Novalia, Ratna, Sinta, Annisa, Trisma, Intan, dan Kirana atas semangat, tawa, dan energi positif selama masa-masa sulit penyusunan skripsi ini. Kebersamaan kalian sungguh berarti dan tak akan terlupakan.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian	9
1.3. Pembatasan Masalah	10
1.4. Rumusan Masalah Penelitian	10
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.6. Manfaat Hasil Penelitian	11
 BAB II KAJIAN TEORI	 12
2.1 Citra Merek	12
2.2 Kualitas Produk	13
2.3 Keputusan Pembelian	16
2.4 Penelitian Yang Relevan	18
2.5 Kerangka Berpikir	20
2.6 Hubungan Antar Variabel	21
2.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.7 Hipotesis Penelitian	22
 BAB III METODE PENELITIAN	 23
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2. Rancangan Penelitian	23
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	24
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.4.1. Populasi	25
3.4.2. Sampel	25
3.5. Metode Pengumpulan Data	26
3.5.1. Variabel Dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	26

3.5.2.	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	26
3.5.3.	Instrumen Pengumpulan Data	29
3.6.	Metode dan Teknik Analisis Data	31
3.6.1.	Uji Asumsi Klasik	32
3.6.2.	Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.6.3.	Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.6.4.	Pengujian Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1.	Deskripsi Data	37
4.2.	Pengujian Asumsi Klasik	39
4.3.	Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.4.	Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.5.	Pengujian Hipotesis	47
4.5.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Merek Hanasui Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha Singaraja	47
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Merek Hanasui Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha Singaraja	48
4.6.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
4.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Merek Hanasui Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha Singaraja	50
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Merek Hanasui Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha Singaraja	51
4.6.3	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Merek Hanasui Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha Singaraja	52
4.7.	Keterbatasan Penelitian	53
4.8.	Implikasi.....	54
BAB V PENUTUP.....		56
5.1	Rangkuman.....	56
5.2	Saran	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan.....	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	26
Tabel 3. 2 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian	28
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen	30
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	31
Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan jangka waktu pemakaian	38
Tabel 4. 4 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	41
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolonieritas	42
Tabel 4. 6 Output SPSS Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji t untuk Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare Hanasui Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha Singaraja	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji t untuk Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Hanasui Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha Singaraja.....	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji F untuk Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Hanasui Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha Singaraja.....	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 <i>Top Rank</i> Serum Wajah Terlaris di <i>E-commerce</i>	2
Gambar 1. 2 <i>Top Rank</i> Serum Wajah Terlaris di <i>E-commerce</i>	3
Gambar 1. 3 Hasil Pra-Survei Keputusan Pembelian (Y_1)	6
Gambar 1. 4 Hasil Pra-Survei Citra Merek (X_1)	6
Gambar 1. 5 Hasil Pra-Survei Kualitas Produk (X_2).....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 4. 1 Grafik <i>P-plot of Regression Standardized Residual</i>	40
Gambar 4. 2 Grafik <i>Scatterplot</i>	43



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Hasil Observasi Awal	62
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 3. Data Ordinal Tahap Uji Instrumen	70
Lampiran 4. Data Diri Responden Tahap Uji Instrumen (<i>Pilot Study</i>).....	72
Lampiran 5. Uji Validitas Instrumen (<i>Pilot Study</i>)	73
Lampiran 6. Uji Reliabilitas Instrumen (<i>Pilot Study</i>)	76
Lampiran 7. Data Ordinal Responden Utama	78
Lampiran 8. Data Diri Responden Utama.....	87
Lampiran 9. <i>Output</i> Perhitungan SPSS Uji Asumsi Klasik	91
Lampiran 10 <i>Output</i> Perhitungan SPSS Hasil Analisis	94
Lampiran 11. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	96

