



Lampiran 01. Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian

No.	Skor Keputusan Pembelian				Total	Kategori
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄		
1	5	4	3	4	15	Tinggi
2	3	2	3	1	9	Rendah
3	1	2	1	2	6	Sangat rendah
4	2	2	3	3	10	Rendah
5	4	4	4	4	16	Tinggi
6	2	2	2	2	8	Rendah
7	3	2	3	1	9	Rendah
8	3	2	3	1	9	Rendah
9	3	4	3	4	14	Tinggi
10	1	2	2	1	6	Sangat rendah
Jumlah	27	26	27	23	102	Rendah

Lampiran 02. Observasi Awal Variabel Kualitas Produk

No.	Skor Kualitas Produk				Total	Kategori
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}		
1	3	2	4	2	11	Sedang
2	4	4	4	5	17	Tinggi
3	3	2	4	2	11	Sedang
4	1	3	1	2	7	Sangat rendah
5	2	2	2	2	8	Rendah
6	1	1	2	2	6	Sangat rendah
7	3	2	3	3	11	Sedang
8	3	2	4	2	11	Sedang
9	3	2	4	2	11	Sedang
10	3	3	3	4	13	Sedang
Jumlah	26	23	31	26	106	Sedang

Lampiran 03. Observasi Awal Variabel Brand Image

No.	Skor Brand Image			Total	Kategori
	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}		
1	4	4	4	12	Tinggi
2	2	2	3	7	Rendah
3	4	4	3	11	Tinggi
4	2	2	3	7	Rendah
5	2	2	3	7	Rendah
6	3	4	4	11	Tinggi
7	3	3	1	7	Rendah
8	4	4	4	12	Tinggi
9	2	2	3	7	Rendah
10	3	3	3	9	Sedang
Jumlah	29	30	31	90	Rendah

Lampiran 04. Kuesioner

KUESIONER
Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian
Sunblock Cream Nivea

1. Screening Questions

(Beri tanda (√) pada kotak jawaban)

Apakah anda pernah membeli dan menggunakan *Sunblock Cream Nivea*?

☐ IYA ☐ TIDAK

(Jika anda menjawab IYA , silakan melanjutkan untuk mengisi kuesioner namun jika menjawab TIDAK, silakan berhenti untuk mengisi kuesioner)

2. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : tahun
4. Alamat :

3. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Bapak/Ibu/Saudara/i wajib memilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada pada pilihan jawaban yang telah disediakan dengan cara memberi tanda centang (√)

Keterangan :

- | | | |
|-----|-----------------------|-----|
| SS | : Sangat Setuju | (5) |
| S | : Setuju | (4) |
| CS | : Cukup Setuju | (3) |
| TS | : Tidak Setuju | (2) |
| STS | : Sangat Tidak Setuju | (1) |

4. Pernyataan

No.	Kualitas Produk (X ₁) Pernyataan	Tanggapan				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa <i>Sunblock Cream</i> Nivea bekerja sesuai dengan fungsi dan manfaat yang saya harapkan.					
2.	Saya percaya <i>Sunblock Cream</i> Nivea tetap memberikan perlindungan yang baik setiap kali saya menggunakannya.					
3.	Saya merasa <i>Sunblock Cream</i> Nivea memiliki keistimewaan yang membuatnya lebih unggul dibandingkan produk sejenis.					
4.	Saya merasa <i>Sunblock Cream</i> Nivea sesuai dengan kualitas dan spesifikasi yang dijanjikan oleh produk.					
5.	Saya merasa <i>Sunblock Cream</i> Nivea memiliki daya tahan yang baik saat digunakan dan tidak mudah luntur meskipun saya beraktivitas di luar ruangan.					
6.	Saya menilai kualitas <i>Sunblock Cream</i> Nivea sudah sesuai dengan harapan saya sebagai konsumen.					
No	Brand Image (X ₂) Pernyataan	Tanggapan				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya menganggap <i>Sunblock Cream</i> Nivea sebagai produk yang unggul dibandingkan produk sejenis di pasaran.					
2.	Saya merasa <i>Sunblock Cream</i> Nivea memiliki citra merek yang kuat melalui iklan dan promosi yang konsisten.					
3.	Saya melihat <i>Sunblock Cream</i> Nivea memiliki keunikan tersendiri yang membedakannya dari merek lain.					
No.	Keputusan pembelian(Y) Pernyataan	Tanggapan				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya memilih kembali <i>Sunblock Cream</i> Nivea karena saya sudah mengenal dan mempercayainya.					
2.	Saya terbiasa membeli <i>Sunblock Cream</i> Nivea karena sudah menjadi bagian dari gaya hidup saya.					
3.	Saya merekomendasikan <i>Sunblock Cream</i> Nivea kepada orang lain karena saya puas menggunakannya.					
4.	Saya membeli kembali <i>Sunblock Cream</i> Nivea karena saya merasa puas setelah menggunakannya sebelumnya.					

Lampiran 05. Deskripsi Data Responden (Jenis Kelamin dan Usia)

Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Perempuan	56 orang	56 %
2.	Laki-laki	44 orang	44 %
Total		100 orang	100 %

Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	18-30 tahun	96 Orang	96 %
2.	31-40 tahun	4 Orang	4 %
Total		100 Orang	100 %

Lampiran 06. Tabulasi Data Sampel Penelitian

Keputusan Pembelian				Total	Kualitas Produk						Total	Brand Image			Total
Y1	Y2	Y3	Y4		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3	
5	4	5	4	18	4	3	5	4	5	4	25	5	5	4	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	13
3	3	4	4	14	4	4	4	3	4	3	22	4	4	4	12
4	3	4	4	15	4	3	4	5	5	5	26	4	5	4	13
3	3	4	3	13	4	3	3	3	3	4	20	3	3	3	9
5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	4	28	4	5	4	13
4	3	4	5	16	5	4	2	4	4	4	23	4	3	4	11
4	4	3	3	14	3	4	4	4	4	3	22	3	4	4	11
2	3	4	4	13	4	3	4	5	5	5	26	4	4	3	11
4	3	5	3	15	4	2	5	2	4	5	22	5	5	4	14
4	4	5	4	17	5	4	5	5	5	4	28	4	5	5	14
5	5	4	5	19	5	5	4	4	5	4	27	5	5	5	15
3	3	4	3	13	4	4	3	4	4	3	22	4	4	4	12
4	5	4	4	17	5	4	4	5	5	4	27	5	4	4	13
4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	4	28	4	5	4	13
4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	12
5	4	5	4	18	3	4	3	4	5	5	24	4	4	3	11
5	5	5	4	19	5	4	5	5	5	5	29	5	5	4	14
4	3	4	4	15	3	4	3	4	5	4	23	4	3	5	12
4	3	4	3	14	3	4	4	3	3	2	19	2	3	4	9
4	4	5	3	16	4	4	3	4	4	5	24	4	3	4	11
4	4	4	4	16	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	12
4	3	3	4	14	5	4	5	4	3	4	25	5	4	3	12

3	3	4	2	12	3	3	4	4	3	4	21	4	3	3	10
5	4	4	5	18	5	4	4	5	4	4	26	4	4	5	13
5	4	5	5	19	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	15
4	5	5	4	18	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	12
4	3	4	4	15	4	5	5	5	4	5	28	5	5	5	15
4	5	5	4	18	4	4	4	4	3	4	23	3	4	4	11
4	3	4	3	14	2	3	5	4	4	4	22	3	3	4	10
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12
4	5	4	5	18	4	5	3	5	4	3	24	5	4	4	13
3	4	4	5	16	5	4	3	4	5	4	25	4	3	4	11
3	4	4	4	15	5	5	3	5	4	3	25	5	3	3	11
3	4	3	5	15	5	4	3	4	3	4	23	4	4	3	11
2	3	4	5	14	3	5	2	4	3	4	21	5	3	4	12
4	4	3	5	16	3	4	4	5	3	5	24	5	4	4	13
4	4	3	4	15	3	4	4	4	3	4	22	4	3	3	10
5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	5	26	5	5	4	14
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
4	4	2	2	12	4	4	4	4	5	4	25	3	5	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12
4	4	3	4	15	3	3	4	3	3	4	20	3	4	3	10
5	5	5	5	20	4	5	4	5	5	5	28	5	4	5	14
3	3	3	3	12	5	5	3	4	3	4	24	4	4	3	11
5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12
4	4	4	5	17	4	5	4	5	5	5	28	4	4	4	12
4	5	4	4	17	5	5	4	5	4	4	27	5	5	5	15
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12
4	4	4	4	16	5	5	4	3	3	4	24	4	5	4	13
4	4	5	5	18	3	5	4	5	3	4	24	5	4	3	12
4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	12
4	4	5	5	18	5	4	4	5	4	4	26	5	5	4	14
4	4	5	4	17	4	4	4	4	5	4	25	4	5	4	13
5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12
4	5	4	5	18	5	4	5	5	4	5	28	4	5	4	13
4	4	5	5	18	4	4	4	5	5	4	26	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	29	5	4	4	13
4	4	3	3	14	4	4	4	4	5	4	25	4	4	3	11
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	14
5	4	5	4	18	4	5	5	4	5	4	27	4	5	5	14
2	3	1	1	7	4	3	2	2	3	4	18	4	3	3	10
3	3	3	3	12	3	3	3	3	2	4	18	3	3	3	9
5	5	5	5	20	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	12
4	3	2	4	13	3	2	3	2	2	3	15	3	2	2	7
4	4	4	4	16	4	4	3	3	3	4	21	4	4	3	11

5	4	4	4	17	5	4	4	3	3	4	23	5	4	5	14
4	4	3	4	15	4	4	4	4	3	4	23	3	4	5	12
2	2	3	3	10	2	2	3	3	2	2	14	3	3	2	8
4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	4	27	4	4	4	12
3	2	2	3	10	3	4	3	3	3	2	18	2	2	1	5
1	1	3	1	6	1	2	2	2	1	3	11	3	1	1	5
3	3	2	3	11	3	2	2	3	3	1	14	3	2	2	7
4	4	5	4	17	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	12
2	1	1	2	6	2	2	1	2	2	2	11	2	3	3	8
3	2	2	3	10	3	3	3	2	2	3	16	2	2	2	6
5	5	3	5	18	5	2	3	3	5	5	23	5	5	5	15
2	3	3	3	11	3	3	3	4	4	4	21	3	2	2	7
5	4	4	4	17	4	4	4	3	5	5	25	4	4	4	12
1	1	2	3	7	1	1	3	3	2	1	11	2	1	1	4
4	4	4	5	17	4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	12
2	2	2	2	8	2	1	1	1	2	2	9	1	1	1	3
5	5	5	5	20	5	4	2	2	4	5	22	3	4	4	11
1	1	1	3	6	2	2	1	1	3	2	11	2	2	1	5
5	4	5	4	18	5	5	4	4	4	5	27	4	5	5	14
2	2	2	2	8	3	2	2	3	3	3	16	1	2	1	4
4	4	4	4	16	5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	15
4	3	5	4	16	4	4	3	5	4	4	24	5	4	3	12
4	4	5	5	18	3	3	4	4	5	4	23	5	4	5	14
5	5	5	5	20	3	4	4	3	4	5	23	3	4	5	12
2	3	5	4	14	5	4	5	3	4	5	26	5	3	2	10
4	4	4	4	16	5	5	4	5	5	3	27	5	4	4	13
2	2	2	1	7	3	1	1	1	2	1	9	1	1	1	3
4	4	5	5	18	5	4	4	5	4	4	26	5	5	5	15
2	1	1	2	6	3	2	2	2	1	1	11	3	3	3	9
4	2	3	3	12	5	2	4	3	5	2	21	2	2	3	7
4	4	5	5	18	4	5	5	5	4	4	27	4	4	5	13



Lampiran 07. Uji Kualitas Data

1. Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Jumlah
X1.1	Pearson Correlation	1	.130	.282	.452*	.184	.275	.552**
	Sig. (2-tailed)		.495	.131	.012	.332	.142	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.130	1	.463*	.463*	.284	.383*	.649**
	Sig. (2-tailed)	.495		.010	.010	.128	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.282	.463*	1	.464**	.272	.503**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.131	.010		.010	.145	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.452*	.463*	.464**	1	.339	.380*	.768**
	Sig. (2-tailed)	.012	.010	.010		.067	.038	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.184	.284	.272	.339	1	.475**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.332	.128	.145	.067		.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.275	.383*	.503**	.380*	.475**	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.142	.037	.005	.038	.008		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Jumlah	Pearson Correlation	.552**	.649**	.740**	.768**	.642**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha N of Items

.845	4
------	---

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	19.8667	11.292	.375	.765
X1.2	20.4333	10.806	.502	.738
X1.3	20.2667	9.375	.572	.717
X1.4	20.2667	9.168	.612	.705
X1.5	20.1333	10.120	.435	.756
X1.6	20.0333	10.102	.596	.714

2. Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Citra Merek (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TOTALL
X2.1	Pearson Correlation	1	.424*	.517**	.800**
	Sig. (2-tailed)		.019	.003	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.424*	1	.524**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.019		.003	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.517**	.524**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003		.000
	N	30	30	30	30
TOTALL	Pearson Correlation	.800**	.806**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8.0000	2.621	.537	.686
X2.2	8.3333	2.575	.542	.680
X2.3	8.2667	2.616	.616	.596

3. Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.651**	.480**	.544**	.793**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.002	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.651**	1	.503**	.768**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.480**	.503**	1	.522**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.007	.005		.003	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.544**	.768**	.522**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.003		.000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.793**	.888**	.747**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	11.9667	6.861	.650	.817
Y2	11.7000	5.941	.788	.756
Y3	11.8667	7.016	.573	.846
Y4	11.7667	5.426	.737	.782

Lampiran 08. Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian	15.1900	3.57515	100
Kualitas Produk	23.0300	4.75343	100
Brand Image	11.4000	2.81411	100

Correlations

		Keputusan Pembelian	Kualitas Produk	Brand Image
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian	1.000	.849	.820
	Kualitas Produk	.849	1.000	.859
	Brand Image	.820	.859	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian	.	.000	.000
	Kualitas Produk	.000	.	.000
	Brand Image	.000	.000	.
N	Keputusan Pembelian	100	100	100
	Kualitas Produk	100	100	100
	Brand Image	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Brand Image, Kualitas Produk ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 ^a	.752	.747	1.79896

a. Predictors: (*Constant*), *Brand Image*, *Kualitas Produk*

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	951.471	2	475.736	147.001	.000 ^b
	Residual	313.919	97	3.236		
	Total	1265.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (*Constant*), *Brand Image*, *Kualitas Produk*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(<i>Constant</i>)	.621	.895		.694	.489		
	<i>Kualitas Produk</i>	.416	.074	.553	5.596	.000	.262	3.820
	<i>Brand Image</i>	.438	.126	.344	3.485	.001	.262	3.820

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(<i>Constant</i>)	<i>Kualitas Produk</i>	<i>Brand Image</i>
1	1	2.962	1.000	.00	.00	.00
	2	.031	9.721	.83	.02	.14
	3	.006	21.361	.17	.98	.86

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics^a

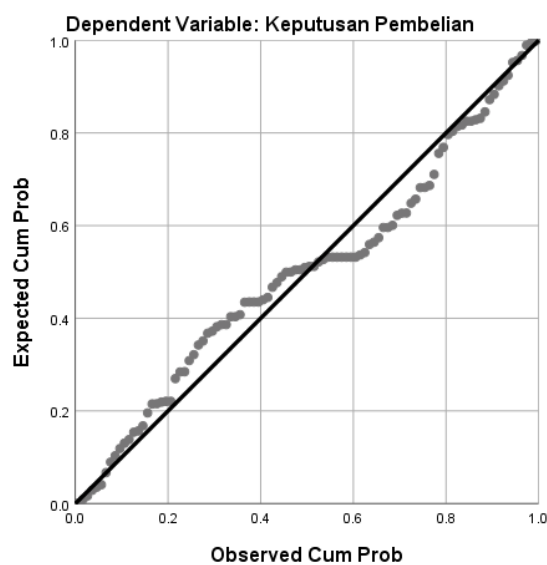
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
<i>Predicted Value</i>	5.6778	19.6648	15.1900	3.10013	100
<i>Std. Predicted Value</i>	-3.068	1.443	.000	1.000	100
<i>Standard Error of Predicted Value</i>	.184	.678	.291	.113	100
<i>Adjusted Predicted Value</i>	5.4031	19.6538	15.1994	3.09168	100
<i>Residual</i>	-5.48499	5.41350	.00000	1.78070	100

<i>Std. Residual</i>	-3.049	3.009	.000	.990	100
<i>Stud. Residual</i>	-3.092	3.025	-.003	1.005	100
<i>Deleted Residual</i>	-5.64212	5.47122	-.00937	1.83711	100
<i>Stud. Deleted Residual</i>	-3.240	3.162	-.003	1.023	100
<i>Mahal. Distance</i>	.047	13.076	1.980	2.614	100
<i>Cook's Distance</i>	.000	.195	.011	.025	100
<i>Centered Leverage Value</i>	.000	.132	.020	.026	100

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hasil Uji Normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84724509
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.068
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.017	.621		3.246	.002		
	Kualitas Produk	-.059	.052	-.225	-1.143	.256	.262	3.820
	Brand Image	.053	.087	.120	.609	.544	.262	3.820

a. Dependent Variable: ABS_RES



Lampiran 09. Dokumentasi Penelitian





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ni Kadek Kurnianingsih Rai Suyasa lahir di Gianyar pada tanggal 30 Nopember 2002. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak I Nyoman Legawa (Alm) dan Ibu Ni Wayan Ari Ekawati. Penulis berkewarganegaraan Indonesia dan beragama Hindu. Kini penulis beralamat di Br. Petak Kaja, Desa Petak Kaja, Gianyar, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan Pendidikan dasar di SD Negeri 2 Petak Kaja dan lulus pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan di SMP Negeri 1 Tampaksiring dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan di SMA Negeri 1 Tampaksiring dengan jurusan IPS dan lulus pada tahun 2021. Penulis melanjutkan Pendidikan ke S1 Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Sunblock Cream Nivea*” 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 karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.



Singaraja, 20 Desember 2025

Yang membuat pernyataan

Ni Kadek Kurnianingsih Rai Suyas