

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA  
MEREK, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW DI  
BATURITI**

**TESIS**



**OLEH:  
NI KETUT ONI WIDARIANTI  
2429131065**

**PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN (S2)  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
2026**



UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"  
• Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSRé - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSRé  
• Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.





- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSRÉ - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSRÉ
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

# TESIS

## DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR MAGISTER MANAJEMEN

**Menyetujui**

Pembimbing I	Dr. Ni Made Ary Widiastini, S.St.Par., M.Par. NIP.198104162005012002
Pembimbing II	Prof. Putu Indah Rahmawati, M.Bis., Ph.D. NIP.198002172002122001



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSRé - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSRé
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

Tesis oleh Ni Ketut Oni Widarianti telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Ilmu Manajemen (S2), Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha  
Pada tanggal 29 April 2026

### Dewan Penguji

Ketua	Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. NIP.197611102014042001
Anggota	Dr. Ni Made Ary Widiastini, S.St.Par., M.Par. NIP.198104162005012002
Anggota	Prof. Putu Indah Rahmawati, M.Bis., Ph.D. NIP.198002172002122001
Anggota	Dr. M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd. NIP.198712112018031002
Anggota	Dr. Made Ary Meitriana, S.Pd., M.Pd. NIP.198005032006042003

Mengetahui Direktur Program Pascasarjana  
Universitas Pendidikan Ganesha,



Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd.

NIP.195910101986031003



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSRÉ - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSRÉ
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma, kaidah, serta etika akademis.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.



Singaraja, 29 April 2026

Yang memberi pernyataan,



Ni Ketut Oni Widarianti  
NIM. 2429131065

## PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah-Nya, sehingga tesis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Baturiti, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali”, dapat diselesaikan sesuai dengan yang direncanakan.

Tesis ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister pada Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha pada Program Studi Ilmu Manajemen. terselesaikannya tesis ini telah banyak memperoleh uluran tangan dari berbagai pihak. Untuk itu, izinkan penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut.

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., sebagai Rektor Universitas Pendidikan Ganesha, yang telah memberikan bantuan secara moral dan memfasilitasi berbagai kepentingan penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd selaku Direktur Program Pascasarjana Undiksha dan staf, yang telah banyak membantu selama penulis menyelesaikan tesis ini.
3. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si sebagai Koordinator Program Studi yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi yang demikian bermakna, sehingga penulis mampu melewati berbagai hambatan dalam perjalanan studi dan penyelesaian tesis ini.
4. Dr. Ni Made Ary Widiastini, S.ST.Par., M.Par., sebagai Pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi yang demikian bermakna, sehingga penulis mampu melewati berbagai hambatan dalam perjalanan studi dan penyelesaian tesis ini.
5. Prof. Putu Indah Rahmawati, S.ST.Par., M.Bis., Ph.D., sebagai Pembimbing II, yang dengan gaya dan pola komunikasi yang khas telah melecet semangat, motivasi, dan harapan penulis selama penelitian dan penulisan naskah laporan tesis ini, sehingga tesis ini dapat terwujud dengan baik sesuai harapan.
6. Seluruh dosen penguji yang telah banyak memberikan masukan-masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan tesis ini.

7. Pimpinan dan pihak manajemen MS Glow di Baturiti selaku mitra penelitian di tempat melakukan penelitian yang telah banyak membantu penulis dalam melakukan penelitian.
8. Para konsumen MS Glow di Baturiti yang telah terlibat sebagai subjek penelitian.
9. Pimpinan instansi tempat penelitian yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Kepala instansi tempat peneliti bekerja yang telah memberikan izin dan bantuan administratif sehingga penulis memperoleh kesempatan melanjutkan studi dan menyelesaikan tesis ini.
11. Bapak, Ibu dan suami tercinta selaku orang terdekat penulis, yang telah banyak membantu secara material dan moral selama penyelesaian tesis ini.

Semoga semua bantuan yang telah mereka berikan dalam menyelesaikan studi ini, diberkati imbalan yang sepadan oleh Tuhan Yang Maha Esa, berupa kesehatan dan keharmonisan dalam menjalani kehidupan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini belum sempurna. Namun, kehadirannya dalam konstelasi masyarakat akademis diharapkan akan menambah perbendaharaan ilmu dalam perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran. Semoga tesis ini bermanfaat bagi masyarakat akademis, terutama mereka yang menyatakan diri bernaung di bawah kebesaran panji-panji pendidikan.

Singaraja, 29 April 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>PRAKATA</b> .....	i
<b>Abstrak</b> .....	iii
<i>Abstract</i> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	11
1.3 Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1 Kajian Teori.....	15
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	27
2.3 Kerangka Berpikir.....	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
3.3 Populasi dan Sampel.....	43
3.4 Variabel Penelitian.....	45
3.5 Teknik Instrumen Pengumpulan Data.....	47
3.6 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	48
3.7 Teknik Analisis Data.....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	57
4.1 Hasil Penelitian.....	57

4.1.1	Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	57
4.1.2	Analisis Karakteristik Responden .....	58
4.1.3	Hasil Analisis Data .....	63
4.2	Pembahasan .....	74
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Baturiti .....	74
4.2.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Baturiti .....	77
4.2.3	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Baturiti .....	81
4.2.4	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Baturiti .....	84
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>88</b>
5.1	Simpulan .....	88
5.2	Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>91</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>94</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Tabel Top Brand Index Skincare Tahun 2022–2025 .....	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	45
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	61
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Dibeli.....	62
Tabel 4.7 Hasil Pengujian One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test .....	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Glejser .....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	34
Gambar 4.1 Grafik Normal <i>P-Plot</i> .....	64
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i> .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	<i>Halaman</i>
Lampiran 0.1 Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 0.2 Data Observasi Awal.....	100
Lampiran 0.3 Tabulasi Data Kuesioner.....	102
Lampiran 0.4 Hasil Output SPSS.....	105

