

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG (STUDI PADA KONSUMEN ORIANA EYEWEAR DI SINGARAJA)

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**



- 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 BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- 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 BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetak dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

SKRIPSI

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

Menyetujui

Pembimbing I	Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005
Pembimbing II	Made Pramana Putra, M.M. NIP.199607192024061001



- 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 BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakn dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

Skripsi oleh Kadek Ayu Gayatri ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 08 Juli 2026

Dewan Penguji

Ketua	I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb. NIP.198612252022031003
Anggota	Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005
Anggota	Made Pramana Putra, M.M. NIP.199607192024061001



- 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 BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

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

Menyetujui

Ketua Ujian	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. NIP.196810291993032001
Sekretaris Ujian	Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M NIP.199106072020122017



- 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 BSR - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSR
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

SURAT PERNYATAAN

Saya dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah saya yang berjudul “ Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Oriana *Eyewear* Di Singaraja” adalah karya asli saya dan sepenuhnya milik saya. Saya menegaskan bahwa saya tidak melakukan plagiarisme atau mengutip dari sumber lain dengan cara yang melanggar norma etika yang berlaku di dunia akademik. Sehubungan dengan pernyataan ini, saya bersedia menerima segala bentuk sanksi atau konsekuensi yang dikenakan jika di masa depan ditemukan pelanggaran etika ilmiah dalam karya ini atau jika pihak lain mengajukan klaim mengenai keaslian karya saya.

Singaraja, 10 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



Kadek Ayu Gayatri

NIM 2217041186

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul <Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pembelian Ulang= dengan tepat waktu. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih 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., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc..selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan pada setiap semester.
6. Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta ilmu yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Made Pramana Putra,M.M selaku Pembimbing II yang senantiasa memberikan masukan dan solusi, serta dengan segala ketulusan memberikan vii bimbingan, arahan, saran, dukungan, serta motivasi selama penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti masa perkuliahan.

9. Segenap staf dan pegawai tata usaha Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam memberikan informasi dan pelayanan selama perkuliahan.
10. Segenap staf dan karyawan perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha yang telah menyediakan dan memberikan pelayanan peminjaman buku- buku yang diperlukan selama perkuliahan.
11. Kepada Bapak Dimas Hadi Nurwanto, selaku kepala toko di Oriana *Eyewear* Singaraja, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus atas izin dan kesempatan yang telah diberikan untuk melaksanakan penelitian di tempat usaha beliau. Terima kasih atas keramahtamahan, kerja sama, serta bantuan data yang sangat berharga dalam mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.
12. Panutanku, Ayahanda tercinta, terima kasih atas segala perjuangan untuk kehidupan penulis. Meskipun Ayah tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, Ayah selalu berusaha memberikan pendidikan yang layak serta dukungan dan motivasi tanpa henti, serta mengajarkan nilai-nilai kebaikan dalam hidup hingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai wisuda. Sembah sujud dan rasa terima kasih yang tak terhingga juga penulis persembahkan untuk almarhumah Ibunda tercinta yang telah berpulang. Skripsi ini merupakan wujud dari doa-doa yang Ibu titipkan dan mimpi yang Ibu tanamkan. Meski Ibu tidak sempat menyaksikan penulis menyelesaikan studi, kasih sayang Ibu selalu hadir dalam setiap langkah hidup penulis.
13. Untuk kakak tercinta, terima kasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, dan ketulusan yang tidak pernah habis untuk penulis. Terima kasih karena telah rela berjuang dan selalu ada di setiap keadaan, bahkan di saat penulis berada di titik paling sulit. Tanpa banyak kata, engkau memilih untuk dari rasa mengalah dan menempatkan masa depan penulis di atas segalanya. sarjana ini penulis persembahkan untukmu, sebagai bentuk kecil dari rasa terima kasih atas semua yang telah engkau korbakan. Mungkin tidak akan pernah cukup untuk membalas semua kebaikanmu, tetapi penulis akan selalu berusaha menjadi

seseorang yang dapat membuatmu bangga. Terima kasih karena telah menjadi sosok yang begitu kuat dan luar biasa.

14. Untuk seseorang yang selalu menemani penulis, terima kasih atas kehadiran, kesabaran, dan dukungan yang tidak pernah berhenti. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, tempat bersandar di saat lelah, serta selalu memberi semangat di setiap proses yang penulis lalui. Terima kasih karena selalu percaya dan tidak pernah meninggalkan penulis, bahkan di saat-saat tersulit sekalipun. Kehadiranmu menjadi salah satu alasan penulis mampu bertahan dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan dan ketulusanmu selalu mendapatkan balasan yang indah.
15. Kepada teman-teman angkatan 2025 terutama Fadilla, Avi Putri, Geliani, Feby Valentina, Damayanti, Dewa Kramas, Nathania Christie, Yudi Tanara, Mercy Jane dan Resminingsih, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan perjuangan yang telah kita lalui bersama selama masa perkuliahan. Setiap proses, cerita, dan kenangan yang kita ukir menjadi bagian yang tidak terlupakan dalam perjalanan ini.
16. Penulis turut menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala bantuan, dukungan, dan doa yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan tersebut menjadi bagian penting dalam terselesaikannya karya ini. Akhir kata, semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi para pembaca.

Singaraja, 27 Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
 BAB II KAJIAN TEORI	 12
2.1 Deskripsi Teoritis	12
2.1.1 Niat Pembelian Ulang	12
2.1.1.1 Definisi Niat Pembelian Ulang	12
2.1.1.2 Faktor yang mempengaruhi Niat Pembelian Ulang	13
2.1.1.3 Indikator Niat Pembelian Ulang	15
2.1.2 Citra Merek	15
2.1.2.1 Definisi Citra Merek	15
2.1.2.2 Indikator Citra Merek	17
2.1.3 Kualitas Pelayanan	18

2.1.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan	18
2.1.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	20
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 Hubungan Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pembelian Ulang	23
2.3.2 Hubungan Citra Merek terhadap Niat Pembelian Ulang.....	24
2.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pembelian Ulang	25
2.4 Kerangka Berpikir	25
2.5 Hipotesis Penelitian	26
 BAB III METODE PENELITIAN	 28
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.1.1 Tempat Penelitian	28
3.2 Rancangan Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel/Subjek Penelitian	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel Penelitian	30
3.4 Metode dan Teknik Analisis Data	31
3.4.1 Instrumen Variabel Terikat	31
3.4.1.1 Definisi Operasional Variabel Terikat Penelitian.....	33
3.4.1.2 Kisi 3 Kisi Instrumen Penelitian.....	33
3.4.1.3 Pengujian Instrumen Penelitian	34
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas	35
3.4.2.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
3.4.2.2 Kisi 3 kisi Instrumen Penelitian	36
3.4.2.3 Pengujian Instrumen Penelitian	37
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data	39
3.5.1 Uji Asumsi Klasik	40
3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.5.3 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	44

3.6 Hipotesis Statistik.....	44
3.6.1 Uji F (Uji Signifikansi Pengaruh Simultan)	45
3.6.2 Uji-t (Uji Signifikansi Pengaruh Parsial).....	45
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Data	47
4.2 Pengujian Asumsi Klasik	51
4.2.1 Uji Normalitas	51
4.2.2 Uji Multikolinieritas	55
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	56
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.2.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.3 Pengujian Hipotesis.....	63
4.3.1 Uji-F(Uji Signifikansi Pengaruh Simultan).....	63
4.3.2 Uji-T (Uji Signifikansi Pengaruh Parsial)	65
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
4.4.1 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pembelian Ulang produk Oriana <i>Eyewear</i> Singaraja.....	66
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Pembelian Ulang produk Oriana <i>Eyewear</i> Singaraja.....	71
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pembelian Ulang produk Oriana <i>Eyewear</i> Singaraja.....	76
4.5 Implikasi	81
 BAB V PENUTUP	83
5.1 Rangkuman.....	83
5.2 Simpulan.....	84
5.3 Saran.....	85
 DAFTAR RUJUKAN.....	88
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Jumlah kunjungan pembelian produk Oriana <i>Eyewear</i> tahun 2025	2
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Terikat	33
Tabel 3. 2 Kisi 3 kisi Instrumen Variabel Terikat	34
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Niat Pembelian Ulang.....	34
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reabilitas Variabel Terikat	34
Tabel 3. 5 Definisi Operasional Variabel Citra Merek dan Kualitas Pelayanan	36
Tabel 3. 6 Kisi 3 kisi Instrumen Variabel Bebas	37
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Bebas.....	38
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Bebas	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Demografis Responden	47
Tabel 4. 2 Uji Normalitas menggunakan <i>Kolmogorov-Smirnov</i> (K-S).....	54
Tabel 4. 3 Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 4 Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode <i>Glejser</i>	58
Tabel 4. 5 Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4. 6 Uji Koefisien determinasi.....	61
Tabel 4. 7 Uji-F (Uji Signifikansi Pengaruh Simultan).....	64
Tabel 4. 8 Uji-t (Uji Signifikansi Pengaruh Parsial).....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Ulasan & Rating Oriana <i>Eyewear</i> Cabang Singaraja	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 Uji Normalitas menggunakan Grafik Normal <i>P-Plot of regression</i>	52
Gambar 4. 2 Grafik <i>Scatterplot</i>	57



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	94
Lampiran 2 Tabulasi Data Sampel Kecil.....	98
Lampiran 3 Tabulasi Data Sampel Besar	99
Lampiran 4 Hasil <i>Output</i> SPSS <i>For Windows</i> Versi 25.0.....	107
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian	118

