

**BRAND IMAGE MEMEDIASI PENGARUH WORD
OF MOUTH DAN PRODUCT QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND
AND BODY LOTION CITRA (STUDI KASUS PADA
PEREMPUAN DI KECAMATAN KINTAMANI)**

TESIS



**PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN (S2)
PROGRAM PASCASARJANA
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 BSR - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSR
- Cetak dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



Balai
Sertifikasi
Elektronik

TESIS

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

Menyetujui

Pembimbing I	Prof. Putu Indah Rahmawati, M.Bis., Ph.D. NIP.198002172002122001
Pembimbing II	Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005



- 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.

Tesis oleh Ni Nengah Kariani 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 01 Juli 2026

Dewan Penguji

Ketua	Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. NIP.197611102014042001
Anggota	Prof. Putu Indah Rahmawati, M.Bis., Ph.D. NIP.198002172002122001
Anggota	Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005
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 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.

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, 03 Juli 2026

Yang memberi pernyataan,



Ni Nengah Kariani

2429131073

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugrah-Nya, sehingga tesis yang berjudul: “*brand image* Memediasi Pengaruh *word of mouth* Dan *product quality* Terhadap Keputusan Pembelian *Hand and Body Lotion* Citra (Studi Kasus Perempuan di Kecamatan Kintamani)”, dapat diselesaikan sesuai dengan yang direncanakan.

Tesis ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha pada Program Studi S2 Ilmu Manajemen. Terelesaiannya tesis ini telah banyak memperoleh uluran tangan dari berbagai pihak. Untuk itu, ijinakan penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada pihak pihak berikut.

1. Prof. Putu Indah Rahmawati, SST.Par., M.Bis., Ph.D., 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;
2. Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E. MM sebagai pembimbing II, yang dengan gaya dan pola komunikasi yang khas, telah melecut semangat, motivasi, dan harapan penulis selama penelitian dan penulisan naskah laporan tesis ini, sehingga tesis ini dapat terwujud dengan baik sesuai harapan;
3. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi., S.E., M.Si. Dan Dr. Made Ary Meitriana, S.Pd., M.Pd. sebagai penguji yang telah banyak memberikan masukan-masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan tesis ini;
4. Seluruh responden yang telah terlibat sebagai subyek penelitian;
5. Koordinator Program Studi S2 Ilmu Manajemen dan staf dosen pengajar yang telah banyak membantu dan memotivasi penulis selama penyusunan tesis ini;

6. Direktur Pascasarjana Undiksha dan staf, yang telah banyak membantu selama penulis menyelesaikan tesis ini;
7. Rektor Universitas Pendidikan Ganesha, yang telah memberikan bantuan secara moral dan memfasilitasi berbagai kepentingan penulis dalam menyelesaikan tesis ini;
8. Rekan-rekan seangkatan di Program Studi S2 Ilmu manajemen yang dengan karakternya masing-masing telah banyak berkontribusi membentuk kedirian penulis selama menjalani studi dan penyelesaian tesis:
9. Bapak I Ketut Sumanadi dan Ibu Ni Ketut Sempok selaku orang tua penulis, serta I Wayan Artawan sebagai kakak penulis, yang telah banyak membantu secara material dan moral selama penyelesaian tesis ini. Semoga semua bantuan yang telah mereka berikan dalam menyelesaikan studi ini, mereka diberkati imbalan yang sepadan oleh Tuhan Yang Maha Esa, kesehatan, dan keharmonian dalam menjalani kehidupan.
10. Pasangan penulis terkasih Indra Cahya Pratama, yang telah mendukung, serta memberikan semangat untuk menyelesaikan tesis ini

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

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

Singaraja, 03 Juni 2026

Penulis

Ni Nengah Kariani

DAFTAR ISI

	(halaman)
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.2 <i>word of mouth</i>	12
2.3 <i>product quality</i>	14
2.4 <i>brand image</i>	16
2.5 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	18
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.6.1 Hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.6.3 Hubungan <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.6.3 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.6.4 Hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Image</i>	30
2.6.5 Hubungan <i>Product Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	31

2.6.6 Hubungan <i>Brand Image</i> Memediasi Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	31
2.6.7 Hubungan <i>Brand Image</i> Memediasi Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	32
2.7 Kerangka Berpikir	32
2.8 Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.4 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian	38
3.5 Jenis dan Sumber Data	40
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	41
3.5.1 Metode Pengumpulan Data	41
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data	41
3.6 Validitas dan Reabilitas Data	42
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.7.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44
3.7.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian	49
4.1.2 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	51
4.1.3 Deskripsi Variabel <i>Product Quality</i>	51
4.1.4 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	52
4.1.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	53
4.1.6 Uji Instrumen Penelitian	54
4.1.7 Pengujian Hipotesis <i>Direct Effect</i>	64
4.1.8 Pengujian Hipotesis <i>Indirect Effect</i>	67
4.1.9 Uji Mediasi VAF (<i>Variance Accounted For</i>)	68
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.2.1 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	70

4.2.2	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	72
4.2.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	74
4.2.4	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Image</i>	75
4.2.5	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	75
4.2.6	Peran <i>Brand Image</i> dalam Memediasi Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	76
4.2.7	Peran <i>Brand Image</i> dalam Memediasi Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V PENUTUP		78
5.1	Simpulan	78
5.2	Saran	79
DAFTAR RUJUKAN		82
LAMPIRAN		90



DAFTAR TABEL

(halaman)

Tabel 1. 1 Top <i>Brand Index</i>	22
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 2 Deskripsi Variabel <i>Word of Mouth</i>	49
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel <i>Product Quality</i>	51
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	52
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4. 6 Uji Validitas Konvergen	52
Tabel 4. 7 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	55
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	58
Tabel 4. 10 Predictive Relevance	59
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>F-Square</i>	59
Tabel 4. 12 Hasil Nilai <i>Path Coefficients</i>	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Indirect Effect</i>	65
Tabel 4. 14 Hasil Nilai <i>Goodness of Fit (GOF)</i>	65
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Hipotesis	65
Tabel 4. 16 Hasil <i>Word of Mouth</i>	65



DAFTAR GAMBAR

	(halaman)
Gambar 4. 1 Model Struktural	55
Gambar 4. 2 Predictive Relevance	58
Gambar 4. 3 Pengujian Hipotesis	65
Gambar 4. 4 Model Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung <i>Word of Mouth</i>	68
Gambar 4. 5 Model Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung <i>Product Quality</i>	69



DAFTAR LAMPIRAN

(halaman)

Lampiran 01. Kuesioner Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 02. Tabulasi Data Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 03. Hasil Olah data.....	Error! Bookmark not defined.

