

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, KUALITAS
YANG DIRASAKAN, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP NIAT
BELI PADA KOSMETIK PERAWATAN WAJAH**

(Studi Pada Kosmetik Perawatan Wajah Emina)

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Berliana Ayuni

NPM: 190324770

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, KUALITAS
YANG DIRASAKAN, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI
PADA KOSMETIK PERAWATAN WAJAH**

(Studi Pada Kosmetik Perawatan Wajah Emina)



Disusun Oleh:

Berliana Ayuni

190324770

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Daniel Yudistya Wardhana, S.E., MEI.

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KESADAARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, KUALITAS YANG DIRASAKAN, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA KOSMETIK PERAWATAN WAJAH
(Studi Pada Kosmetik Perawatan Wajah Emina)

Yang dipersiapkan dan disusun

Oleh:

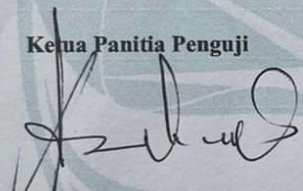
Berliana Ayuni
NPM : 190324770

Telah dipertahankan didepan Panitia
Penguji pada tanggal 10 Oktober 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
Sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen
(S1) Program Studi Manajemen

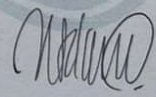
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Panawa Putranta, MBA, Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Drs. Budi Suprpto, MBA, Ph.D.


Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI.

Yogyakarta, Oktober 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sungguh bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, KUALITAS
YANG DIRASAKAN, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP NIAT
BELI PADA KOSMETIK PERAWATAN WAJAH**

(Studi Pada Kosmetik Perawatan Wajah Emina)

Merupakan hasil karya sendiri. Segala ide, pernyataan dan kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan orang lain dinyatakan secara tertulis di skripsi ini dalam daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa Sebagian atau secara keseluruhan dari skripsi ini merupakan plagiasi, maka saya akan menyerahkan kembali gelar dan ijazah yang saya peroleh.

Yogyakarta, 15 September 2023

Yang Menyatakan,



Berliana Ayuni

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat kasih, karunia, serta Rahmat-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, KUALITAS YANG DIRASAKAN, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA KOSMETIK PERAWATAN WAJAH (Studi Pada Kosmetik Perawatan Wajah Emina)**. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari hambatan dan rintangan, namun berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, segala rintangan tersebut dapat diatasi dengan baik. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga saya terutama alm Bapak dan alm Ibu, Torres, dan Sheryn yang telah mendukung secara emosional dan finansial.
2. Pemilik NPM 190217897 yang telah mendukung dan membantu selama penulisan skripsi ini.
3. Teman-teman saya Suci Intan Fadjriaty, Hawe group, teman-teman KKN kelompok 53, teman-teman kerja saya di Nature Republic PWY, serta teman-teman lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

4. Daniel Yudistya Wardhana, S.E., MEI selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan dan saran yang telah diberikan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. *Last but not least, I wanna thank me, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for, for never quitting, wanna thank me for just being me at all times.*

Demikian Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Apabila terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak, terutama dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta 15 September 2023

Yang menyatakan,



Berliana Ayuni

MOTTO

*“lebih baik menyesal karena sudah mencoba,
daripada menyesal karena tidak pernah mencoba”*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
MOTTO	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitan	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Kesadaran Merek.....	8
2.1.2 Asosiasi Merek.....	8
2.1.3 Kualitas Yang Dirasakan	9
2.1.4 Loyalitas Merek.....	10
2.1.5 Niat Beli.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Hipotesis Penelitian.....	17
2.3.1 Kesadaran merek terhadap niat beli	17
2.3.2 Asosiasi merek terhadap niat beli.....	18
2.3.3 Kualitas yang dirasakan terhadap niat beli	19
2.3.4 Loyalitas merek terhadap niat beli	20

2.4 Model Kerangka Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Lokasi, Waktu, Objek, dan Subjek Penelitian	22
3.2 Data dan Sumber Data.....	22
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4 Metode Pengambilan Sample	23
3.5 Populasi dan Sample Penelitian.....	23
3.6 Metode Pengukuran Data	24
3.7 Definisi Operasional	24
3.8 Metode Pengujian Instrumen.....	28
3.8.1 Uji Validitas	28
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	29
3.9 Metode Analisis Data	29
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	29
3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	32
4.2 Karakteristik Responden	32
4.2.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Kelamin.....	32
4.2.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	33
4.2.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan.....	34
4.2.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	34
4.3 Hasil Uji Instrumen	35
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	35
4.3.2 Uji Validitas	37
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	39
4.4 Uji Ketepatan Model	40
4.4.1 Uji Simultan (Uji F).....	40
4.4.2 Uji Hipotesis (Uji t)	41
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi	43
4.4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	45

4.5.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli.....	45
4.5.2 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Biat Beli	47
4.5.3 Pengaruh Kualitas Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli	48
4.5.4 Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Niat Beli.....	49
BAB V PENUTUP	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Implikasi Manajerial	52
5.3 Keterbatasan Penelitian	53
5.4 Saran Penelitian	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional	25
Tabel 3.2 Penilaian Kelas Interval	30
Tabel 4.1 Jenis kelamin.....	33
Tabel 4.2 Usia	33
Tabel 4.3 Pendapatan	34
Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian.....	34
Tabel 4.5 Uji Validitas	37
Tabel 4.6 Uji Reabilitas.....	39
Tabel 4.7 Uji F	40
Tabel 4.8 Uji T	41
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kategori Barang yang Paling Sering Dibeli di E-Commerce.....	1
Gambar 1. 2 Data Preferensi Merek kosmetik.....	2
Gambar 1. 3 Data Pengguna Penggunaan Merek Lokal	2



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	57
Lampiran 2 Kuesioner Daring.....	61
Lampiran 3 Rekapitulasi Data.....	80
Lampiran 4 Analisis Deskriptif.....	82
Lampiran 5 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	83
Lampiran 6 Uji Hipotesis.....	88



**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, KUALITAS
YANG DIRASAKAN, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP NIAT
BELI PADA KOSMETIK PERAWATAN WAJAH
(Studi Pada Kosmetik Perawatan Wajah Emina)**

**Disusun Oleh:
Berliana Ayuni**

**Dosen Pembimbing:
Daniel Yudistya Wardhana, S.E., MEI.**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, kualitas yang dirasakan, dan loyalitas merek terhadap niat beli pada kosmetik perawatan wajah. Objek pada penelitian ini adalah Kosmetik perawatan wajah merek Emina. Responden dalam penelitian ini berjumlah 154 responden yang merupakan pengguna kosmetik perawatan wajah merek Emina yang berdomisili atau sedang tinggal di Yogyakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan kuesioner pada *Google form* dengan skala likert 5 poin yang disebarakan melalui sosial media. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda dengan menggunakan program perangkat lunak SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kesadaran merek tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat beli, Asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, Kualitas yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, Loyalitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli.

Kata kunci: Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas Yang Dirasakan, Loyalitas Merek, Niat Beli, Produk Kecantikan Perawatan Wajah.