

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
THE ORIGINOTE**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Tiara Utami Dendo

200325859

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

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
THE ORIGINOTE**

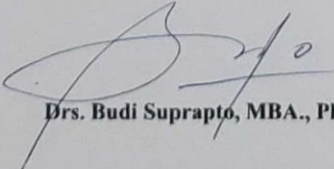
Disusun oleh:

Tiara Utami Dendo

NPM : 20 03 25859

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Tanggal, 14 Juni 2024

SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
THE ORIGINOTE

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tiara Utami Dendo

NPM: 20 03 25859

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 7 Juni 2024

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

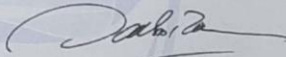
Program Studi Manajemen


Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.


Nadia Nila Sari, SE., MBA.


Oscar Chrismadian Noventa, SE., M.Sc

Yogyakarta, 19 Juni 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Maheswari N. Krisjanti, M.Sc.IB, Ph.D.
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* THE ORIGINOTE

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 30 April 2024



Tiara Utami Dendo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa oleh karena rahmat dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik dan lancar. Penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* The Originote” ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini dapat selesai dengan baik karena adanya bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan hikmat dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan lancar.
2. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, mendampingi, dan memberi masukan selama proses penyusunan penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik.
3. Kepada wanita terhebat yang selalu bercita-cita untuk menyekolahkan putri-putrinya hingga sarjana, Ibu Devyanti Konda', seseorang yang penulis sebut Mama. Terima kasih sudah melahirkan, merawat, dan membesarkan penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang. Beliau yang selama ini selalu berjuang untuk kehidupan penulis dan menjadi tulang punggung keluarga hingga akhirnya penulis dapat tumbuh dewasa dan bisa berada di posisi ini. Terima kasih untuk seluruh doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. Semoga Mama panjang umur dan sehat selalu, *i love you more* Mama.

4. Laki-laki hebat Nian Pioneer, seseorang yang penulis sebut Papa, terima kasih telah menjadi panutan bagi penulis agar tidak mudah putus asa menjalani hidup. Terima kasih untuk seluruh doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. Semoga Papa panjang umur dan sehat selalu.
5. Adik Clara, Laura, dan Keyra, ketiga bidadari yang penulis miliki. Terima kasih untuk doa dan dukungan yang diberikan penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Kalian adalah salah satu alasan penulis untuk tetap ada hingga saat ini. Semoga kalian juga panjang umur dan sehat selalu, belajar yang baik agar kita bisa membalas semua perjuangan Mama dengan kesuksesan yang kita capai nantinya.
6. Sahabat terbaik penulis sejak dari kecil yaitu Diva dan Popy yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat penulis yang ada di Yogyakarta yaitu Jesi, Gina, Putri, Loren, Merlis, Cika, dan Sesil yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesah dan selalu memberikan semangat kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
8. Laki-laki hebat setelah Papa, Geraldi Raditya Hadisaputra yang selalu menjadi pendengar yang baik disaat penulis sedang menghadapi masalah, terima kasih untuk doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan penulis yaitu Ayu, Regar, dan Carla yang selalu bersama-sama dengan penulis mulai dari awal memasuki perkuliahan hingga selama proses pengerjaan skripsi ini dan juga selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman dalam grup skripsi 24/7 with u, yang selalu bersedia membantu penulis apabila terdapat kendala dalam proses penyusunan skripsi dan selalu memberikan semangat sekaligus memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman-teman KKN Kelompok 82, yang selalu selalu memberikan semangat sekaligus memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah bersedia menjadi responden dan telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyebarkan kuesioner sehingga penulis dapat mengumpulkan data dengan baik dan tepat waktu.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan dan doa dari seluruh pihak yang telah ikut serta dalam proses penyelesaian penelitian skripsi ini.

Yogyakarta, 25 April 2024



Tiara Utami Dendo

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
THE ORIGINOTE**

Disusun oleh:

Tiara Utami Dendo

NPM: 20 03 25859

Pembimbing:

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji adanya pengaruh citra merek dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian produk *skincare* The Originote. Objek pada penelitian ini adalah *skincare* The Originote. Sampel pada penelitian ini yaitu responden yang pernah mendengar tentang merek *skincare* The Originote sebelumnya dan responden yang pernah menggunakan produk The Originote. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner menggunakan *platform Google Forms*. Dalam penelitian ini total jumlah responden yang terkumpul sebanyak 225 orang, namun hanya 204 orang yang dapat memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan *software SmartPLS* dalam pengujian variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap citra merek. Selain itu ditemukan bahwa citra merek dan kesadaran merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	9
2.1.2 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	10
2.1.3 Kualitas Produk (<i>Quality Product</i>)	10
2.1.4 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	11
2.1.5 Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>).....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Pengembangan Hipotesis	24
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	24
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Merek	25
2.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	26

2.3.4	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4	Model Kerangka Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		29
3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Lingkup Penelitian	29
3.2.1	Objek Penelitian	29
3.2.2	Subjek Penelitian.....	30
3.2.3	Lokasi Penelitian.....	30
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.4	Definisi Operasional Variabel	32
3.5	Metode Pengukuran Data	34
3.6	Prosedur Penelitian.....	35
3.7	Metode Pengujian Instrumen.....	36
3.7.1	Uji Validitas	36
3.7.2	Uji Reliabilitas	37
3.8	Metode Analisis Data	37
3.8.1	Analisis Deskriptif	38
3.8.2	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	39
3.8.3	Evaluasi <i>Goodness of Fit : Outer Model</i>	39
3.8.4	Evaluasi <i>Goodness of Fit : Inner Model</i>	40
3.9	Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Analisis Profil Responden	42
4.1.1	Pertanyaan Filter	43
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44

4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	45
4.2.1	Hasil Deskriptif Variabel Citra Merek.....	46
4.2.2	Hasil Deskriptif Variabel Kesadaran Merek	47
4.2.3	Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Produk	49
4.2.4	Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	50
4.2.5	Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	52
4.3	Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	53
4.3.1	Merancang Model Struktural Penelitian	54
4.3.2	Evaluasi <i>Goodness-of-Fit-Outer Model</i>	54
4.3.3	Evaluasi <i>Goodness-of-Fit-Inner Model</i>	60
4.3.4	Pengujian Hipotesis.....	60
4.4	Pembahasan	64
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek	64
4.4.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Merek	65
4.4.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	66
4.4.4	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian	67
BAB V PENUTUP.....		69
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Implikasi Mananjerial.....	70
5.3	Keterbatasan Penelitian	72
5.4	Saran Penelitian Selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA		73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Frekuensi Pembelian Produk Perawatan Kulit Dasar	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	28
Gambar 4. 1 Model Struktural	54
Gambar 4. 2 Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Studi Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 2 Pembagian Kelas Interval	39
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Yang Pernah Mendengar Tentang <i>Skincare</i> The Originote	43
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Yang Pernah Menggunakan <i>Skincare</i> The Originote	43
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 5 Hasil Deskriptif Variabel Citra Merek.....	46
Tabel 4. 6 Hasil Deskriptif Variabel Kesadaran Merek.....	48
Tabel 4. 7 Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Produk	49
Tabel 4. 8 Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	51
Tabel 4. 9 Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4. 10 Nilai <i>Outer Loading</i>	55
Tabel 4. 11 Nilai <i>Cross Loading</i>	57
Tabel 4. 12 Reliabilitas Dan Validitas Konstruk	58
Tabel 4. 13 Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Adjusted R-Square</i>	60
Tabel 4. 14 Hasil <i>Path Coefficient</i>	61
Tabel 4. 15 Hasil Hipotesis	63