

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LIPCREAM MEREK HANASUI
(STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN
MARKETPLACE SHOPEE)**

SKRIPSI



Oleh :

RIS APRILIANA PUTRI

3903019041

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
2023**

PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPCREAM MEREK HANASUI
(STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN MARKETPLACE SHOPEE)

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

KAMPUS KOTA MADIUN

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

RIS APRILIANA PUTRI

3903019041

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

(KAMPUS MADIUN)

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPCREAM MEREK
HANASUI
(STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN *MARKETPLACE*
SHOPEE)

Oleh:
RIS APRILIANA PUTRI
3903019041

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing,



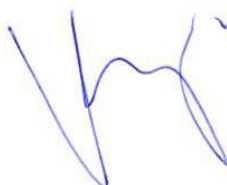
Dra. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN. 0713126601
Tanggal: 24 Januari 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Ris Apriliana Putri NRP 3903019041

Telah disetujui pada tanggal 13 Desember 2023 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Vivi Ariyani, S.E., M.Sc., CFP.

NIDN: 0717128001

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Hendra Wijaya, S.Akt., M.M., CPMA.

NIDN: 0718108506

Ketua Program Studi



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.

NIDN: 0713126601

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ris Apriliana Putri

NIM : 3903019041

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Merek Hanasui (Studi Empiris Pada E-commerce Shopee)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 01 Desember 2023

Yang menyatakan,


(Ris Apriliana Putri)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt atas anugerah dan karunianya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis mampu mengerjakan dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Merek Hanasui (Studi Empiris Terhadap Konsumen Marketplace Shopee)” dengan baik.

Penulis menyadari, bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan berhasil apabila tanpa adanya dukungan dan partisipasi dari pihak lain. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat serta doa selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih khususnya kepada:

1. Allah swt yang telah memberikan berkat, kekuatan, dan kelancaran kepada penulis dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis, Ibu Andri dan Ayah Ris yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, doa, nasehat, kesabaran, serta semangat dalam setiap langkah penulis, dan
3. Ibu Sri Rustiyaningsih, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.
4. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.
5. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M Sc., CFP. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing dengan sabar, memberikan dukungan, dan banyak masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Florentina Anif Farida, S.E., M.M selaku Wali Studi Kelas Manajemen B.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah memberikan ilmu pengetahuan, motivasi, pendapat, dan pengarahan yang sangat berarti bagi penulis di dalam bangku perkuliahan.
8. Bapak/Ibu staff perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Kampus Kota Madiun yang dengan ramah dan sabar memberikan pelayanan peminjaman literatur yang sangat berguna dalam kelancaran penyusunan skripsi ini.

9. Kepada Anugerah Nur Hikmahwan Dirgantoro, terima kasih banyak telah menjadi pasangan yang baik selama di perkuliahan, menghibur, menemani, memberi bantuan, semangat, selalu sabar, dan dukungan kepada penulis.
10. Teman-teman penulis, Sasti Nindi dan Khonsa Basyaasyah yang selalu mendengar keluh kesah serta memberikan *support* kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Angel, Lucky, Priska, Monica, Vera, Ris, Sasti, Jevi, Lusi, Maharani, Wiranti, Nabila, Prayoga, Marcellino, terima kasih telah menjadi teman baik selama di perkuliahan, memberi bantuan, menghibur dan memberi semangat kepada penulis.
12. Teman-teman Manajemen angkatan 2019, terima kasih telah menjadi teman baik selama di perkuliahan, memberi bantuan dan semangat kepada penulis.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan hiburan, bantuan, dukungan, dan doa kepada penulis.

Madiun, 24 Januari 2024

Penulis



Ris Apriliana Putri

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari citra merek dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian pada lipcream merek hanasui. Penelitian ini dilakukan di aplikasi e-commerce Shopee karena banyaknya konsumen yang telah membeli lipcream hanasui pada aplikasi e-commerce tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda dengan uji hipotesis menggunakan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian dan variabel kesadaran merek berpengaruh secara signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Didapatkan nilai uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 18,2% yang artinya variabel citra merek dan variabel kesadaran merek dalam menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 18,2% dan masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 81,8%.

Kata kunci: *Citra Merek , Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Purpose of this research is for determine the influence of brand image and brand awareness on purchasing decisions for Hanasui brand lipcream. This research was conducted on e-commerce Shopeen application because many consumers have purchased Hanasui lipcream on that e-commerce. This research used a purposive sampling technique with 100 sample respondents. The data analysis technique uses multiple regression with hypothesis testing using t test. The result of this research show that, the brand image variable has a significantly positive effect on purchasing decisions and brand awareness variable also has a significantly positive effect on purchasing decisions. The coefficient of determination test was obtained at 18,2%, which means that the brand image and brand awareness in explaining purchasing decisions variable were 18,2% and there were still other factors that could influence purchasing decision variable by 81,8.

Keywords: *Brand Image, Brand Awareness, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran	5
2.2. Produk	5
2.3. Merek	6

2.4. Ekuitas Merek	9
2.5. Kesadaran Merek	10
2.6. Keputusan Pembelian.....	12
2.7. Penelitian Terdahulu	15
2.8. Hubungan Antar Variabel	16
2.9. Pengembangan Hipotesis	17
2.10. Model Penelitian	17
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	19
3.2. Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	19
3.3. Pengukuran Variabel.....	20
3.4. Jenis dan Sumber Data	21
3.5. Metode Pengumpulan Data	21
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan.....	22
3.7 Analisis Data.....	23
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.2 Deskripsi Data	28
4.3 Hasil Analisis Data.....	33
4.4 Pembahasan	40
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	43
5.2 Keterbatasan Penelitian	43
5.3 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45

LAMPIRAN47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1 Uji Statistik Deskriptif	28
Tabel 4.2 Uji Normalitas	28
Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas.....	29
Tabel 4.4 Uji Heteroskedastisitas	30
Tabel 4.5 Uji Autokorelasi	31
Tabel 4.6 Regresi Linier Berganda	32
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi	33
Tabel 4.8 Hasil Uji Reelibilitas	34
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	35
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas	36
Tabel 4.11 Hasil Uji Glejser	36
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 4.1 Kurva Daerah Penerimaan H_1 dan Penolakan H_0	39
Gambar 4.2 Kurva Penerimaan H_1 dan Penolakan H_0	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Pengisian Kuesioner	47
Lampiran 2 Data Penyebaran Kuesioner	51
Lampiran 3 Karakteristik Responden	54
Lampiran 4 Jawaban Pernyataan Variabel.....	55
Lampiran 5 Data Statistik Deskriptif	61
Lampiran 6 Uji Kualitas Data	64
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	66
Lampiran 8 Uji Regresi Linier Berganda dan Uji R ²	67