

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARNIER
MICELLAR WATER DI GRESIK**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

DEA NAUROTUL JANNAH

20012010230/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARNIER
MICELLAR WATER DI GRESIK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

DEA NAUROTUL JANNAH

20012010230/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARNIER MICELLAR WATER DI GRESIK


Disusun Oleh :

DEA NAUROTUL JANNAH


20012010230/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal : 13 September 2024


Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.
NIP. 196901132021212003


Pembimbing Utama


Drs. Ec. Supriyono, M.M.
NIP. 196106261988031001

Pembimbing Pendamping


Wilma Cordelia Izaak, S.E., M.M.
NIP. 17219831020049

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dea Naurotul Jannah
NPM : 20012010230
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Garnier *Micellar Water* di Gresik

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 13 September 2024
Yang Menyatakan



(Dea Naurotul Jannah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat serta hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Garnier Micellar Water di Gresik”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai persyaratan akademik yang harus dipenuhi dalam Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, bantuan, dukungan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, M.M dan Ibu Wilma Cordelia Izaak, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping yang selalu memberikan bimbingan serta arahan kepada peneliti dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan kepada peneliti.
6. Kedua orang tua peneliti bapak dan mama, serta kakak peneliti yang selalu memberikan doa serta dukungan penuh setiap saat kepada peneliti.
7. Seluruh sahabat dan teman – teman peneliti baik selama masa perkuliahan dan masa sekolah yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
8. Dan seluruh pihak lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam penyusunan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan didalamnya. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan semua pihak.

Surabaya, 17 Mei 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2.1 Manajemen Pemasaran	15
2.2.2 Perilaku Konsumen	15
2.2.3 Merek	22
2.2.4 Citra Merek	22
2.2.5 Kepercayaan Merek	24
2.2.6 Keputusan Pembelian	26
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3 Kerangka Konseptual	31
2.4 Hipotesis.....	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.1.2 Pengukuran Variabel	35
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1 Sumber Data.....	37
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	38
3.4.1 Teknik Analisis	38
3.4.2 Parameter Estimasi PLS	39
3.4.3 Model Spesifikasi PLS	39
3.4.4 Evaluasi Model PLS	39
3.4.5 Langkah – Langkah PLS	42
3.5 Model Pengukuran Penelitian	46
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	47
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden.....	49
4.2.2 Deskripsi Variabel Citra Merek	51
4.2.3 Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek	53
4.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	55

4.3 Analisis Data.....	57
4.3.1 Analisis Model PLS	57
4.3.2 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	58
4.3.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	63
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	64
4.4 Pembahasan	65
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.4.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Komparasi Top Brand Pembersih Wajah (Bukan Sabun)	3
Tabel 1. 2 Top Brand Makeup Remover Terlaris di Shopee dan Tokopedia.....	4
Tabel 1. 3 Hasil Pra Survei Merek Micellar Water yang digunakan	8
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 3 Jawaban Responden Mengenai Citra Merek (X1)	51
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Mengenai Kepercayaan Merek (X2)	53
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	55
Tabel 4. 6 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	58
Tabel 4. 7 Cross Loadings	60
Tabel 4. 8 Average Variance Extracted (AVE)	60
Tabel 4. 9 Composite Reliability.....	61
Tabel 4. 10 Latent Variable Correlation	62
Tabel 4. 11 R-square.....	63
Tabel 4. 12 Path Coefficients	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Iklan Garnier Micellar Water	2
Gambar 1. 2 Brand Micellar Water Terlaris di Shopee dan Tokopedia.....	5
Gambar 1. 3 Ulasan Negatif Produk Garnier Micellar Water	6
Gambar 1. 4 Penjualan Produk Garnier Micellar Water di Toko Yasmine	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 3. 1 Diagram Jalur PLS	42
Gambar 3. 2 Model Pengukuran Penelitian	46
Gambar 4. 1 Diagram Alur Hasil Output PLS	57
Gambar 4. 2 Inner Model	63

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARNIER
MICELLAR WATER DI GRESIK**

Oleh:

**DEA NAUROTUL JANNAH
20012010230/FEB/EM**

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif penting bagi suatu perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat agar dapat terus bertahan dan menjadi unggul, khususnya menentukan strategi dalam menarik keputusan pembelian konsumen. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian Garnier *micellar water* di Gresik.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat di Kabupaten Gresik yang pernah membeli produk Garnier *micellar water*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 responden. Sumber data dalam penelitian diperoleh melalui kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik analisis data dan uji hipotesis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan metode *Partial Least Square* (PLS) melalui *software* SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) citra merek berkontribusi terhadap keputusan pembelian Garnier *micellar water* di Gresik. (2) kepercayaan merek berkontribusi terhadap keputusan pembelian Garnier *micellar water* di Gresik

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian