

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP *CUSTOMER BUYING DECISION*
(STUDI PADA KONSUMEN EMINA DI RUMAH KOSMETIK MALANG)**



**DISUSUN OLEH :
CLARA ALYA ALVERINA YULIASARI YAKIN
NIM : 202111014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
CUSTOMER BUYING DECISION
(STUDI PADA KONSUMEN EMIN. I RUMAH KOSMETIK MALANG)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang



**DISUSUN OLEH :
CLARA ALYA ALVERINA YULIASARI YAKIN
NIM : 202111014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Clara Alya Alverina Yuliasari Yakini
NIM : 202111014
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap
Customer Buying Decision (Studi Pada Konsumen Emina di
Rumah Kosmetik Malang)

Malang, 16 Juli 2025



(Clara Alya Alverina Yuliasari Yakini)

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I



(Bernadeta Wahyu A.P., S.M.M.)
NIDN. 0716099202

Pembimbing II



(J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.S.M.)
NIDN. 0724018601

Mengetahui



(Cahya Budi Astuti, S.E., M.M.)
NIDN. 0726018502



(J. Vicka Bayu Wardhani, S. Pd., M.S.M.)
NIDN. 0724018601

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Yang Berjudul:

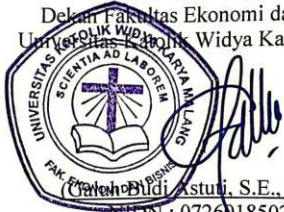
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Yang Berjudul:

Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Customer Buying Decision
(Studi Pada Konsumen Emina di Rumah Kosmetik Malang)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Nama: Clara Alya Alverina Yuliasari Yakini
NIM: 202111014

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 16 Juli 2025 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1)

Disahkan oleh:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang

(Yulian Budi Astuti, S.E., M.M.)
NIDN : 0726018502

Dewan Penguji

1. Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M
NIDN. 0714108806
2. J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.S.M
NIDN. 0724018601
3. Bernadeta Wahyu A.P., S.Pd., M.M.
NIDN. 0716099202

Tanda Tangan



SURAT KETERANGAN PENELITIAN



RUMAH KOSMETIK
Jl. S. Supriadi No. 179, Sukun
Kota Malang
No. HP : 08993119700

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Rumah Kosmetik Malang:

Nama : Afif Septi B

Jabatan : Owner

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa Katolik Widya Karya Malang tersebut dibawah ini:

Nama : Clara Alya Alverina Yuliasari Yakin

NIM : 202111014

Program Studi : Ekonomi dan Bisnis

Telah Melakukan kegiatan Penelitian Skripsi di Rumah Kosmetik Malang Sejak Juni – Juli 2025.

Dengan Judul skripsi **“PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP CUSTOMER BUYING DECISION (STUDI PADA KONSUMEN EMINA DI RUMAH KOSMETIK MALANG)”**

Demikian Surat Keterangan ini untuk diketahui

Malang, 25 Juli 2025

RUMAH KOSMETIK MALANG



Jalan S. Supriyadi No. 120, Malang
☎ 089514874243 / 0341 - 8212960 @rumahkosmetik.malang

AFIF SEPTI B

OWNER

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap *Customer Buying Decision* (Studi Pada Konsumen Emina di Rumah Kosmetik Malang) merupakan karya asli dari:

Nama : Clara Alya Alverina Yuliasari Yakin
NIM : 202111014
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan Saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan.

Malang, 16 Juli 2025



(Clara Alya Alverina Yuliasari Yakin)

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

(Bernadeta Wahyu A.P., S.Pd., M.M.)
NIDN. 0716099202

Pembimbing II

(J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.S.M)
NIDN. 0724018601

Mengetahui

Galuh Budi Astuti, S.E., M.M)
NIDN. 0726018502

J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.S.M)
NIDN. 0724018601

MOTTO

“Kita Bisa Tidur Kalau Kita Mati”.

“Tapi Saya Tidak Menyalahkan Siapa Pun Atau Lingkungan Apa Pun, Hanya Saja Menurut Ku Itu Hanya Ada Pada Diriku, Tapi Sekarang Aku Baru Menerima Seberapa Tidak Sempurna Nya Hidup Ini Dan Bagaimana Caranya Aku Mencoba Mencari Hal-Hal Yang Dapat Membantuku Menjadi Sedekat Mungkin Dengan Kesempurnaan Itu Seperti Yang Aku Pikirkan, Ya Dan Asal Kamu Tahu Saja Hanya Mengikuti Arus Yang Kudapat”.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan lindungannya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap *Customer Buying Decision* (Studi Pada Konsumen Emina di Rumah Kosmetik Malang)” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Penulis ini juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam proses penulisan skripsi ini, mulai dari membimbing, mendoakan, sehingga memotivasi Penulis. Ucapan terima kasih ini Penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Klemens Mere, S.E., M.Pd., M.M., M.H., M..A.P., M.Ak., M.P., selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang.
2. Galuh Budi Astuti, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bernadeta Wahyu A.P., S.Pd., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan Penulis dalam proses penyusunan Skripsi ini.
4. Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.S.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan Penulis dalam proses penyusunan Skripsi ini.
5. Pimpinan, dosen, dan tenaga pendidikan Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah mengambil peran dan menjadi bagian dalam mengajar dan mendidik Penulis selama proses di Universitas Katolik Widya Karya Malang.

6. Pimpinan Rumah Kosmetik Malang yang telah memberikan izin kepada Penulis untuk mencari dan mengumpulkan data selama proses penyusunan Skripsi.
7. Saya mengucapkan terimakasih pada keluarga besar di Madura, emak, mama, cece yang sudah mendukung dan mendoakan.
8. Terimakasih juga pada (Almh.) Engkong yang sudah ada di surga.
9. Terimakasih juga buat diri saya sendiri yang bisa bertahan selama bertahun-tahun meskipun mental ini sudah tidak baik.
10. Circle yang menemani, membantu, dan memberi semangat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tentu jauh dari kata sempurna dan tentu saja masih memiliki banyak kekuarangan, maka dari itu Penulis sangat mengharapkan adanya sebuah saran ataupun kritik yang bersifat mendukung dan membangun dari para pembaca.

Penulis juga berharap bahwa nantinya skripsi ini dapat memiliki manfaat bagi pihak-pihak yang ada dan terkait dalam membutuhkan untu dikaji dan dikembangkan.

Malang, 16 Juli 2025

(Clara Alya Alverina Yuliasari Yakin)

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Landasan Teori.....	20
C. Kerangka Pikir	37
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel	39
D. Sumber Data.....	40
E. Jenis Data	41

F. Definisi Operasional Variabel.....	41
G. Metode Pengumpulan Data.....	43
H. Teknik Analisa Data.....	43
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	50
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	50
B. Gambaran Umum Rumah Kosmetik.....	53
C. Jam Operasional Toko Rumah Kosmetik	54
D. Deskripsi Karakteristik Reposden.....	54
E. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian.....	57
F. Analisis Data dan Interpretasi Data.....	66
G. Pembahasan Hasil Penelitian	75
H. Implikasi Hasil Penelitian	79
BAB V PENUTUP.....	87
A. KESIMPULAN.....	87
B. SARAN	88
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pembelian Emina Kosmetik	56
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image (X1)	57
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Awareness (X2).....	59
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Customer Buying Decision (Y)	62
Tabel 4. 8 Uji Validitas	66
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Linear Berganda	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Uji t.....	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Dominan	74
Tabel 4. 15 Hasil Deskripsi Uji Koefisien Determinasi.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pikir.....	37
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan Bebas Plagiasi
- Lampiran 2 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 7 Uji Hipotesis
- Lampiran 8 Uji Dominan
- Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 10 Lembar Bimbingan
- Lampiran 11 Lembar Publikasi Karya Ilmiah

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS
TERHADAP CUSTOMER BUYING DECISION
(STUDI PADA KONSUMEN EMINA DI RUMAH KOSMETIK MALANG)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini mengetahui Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap *Customer Buying Decision* (Studi Pada Konsumen Emina Kosmetik di Rumah Kosmetik Malang). Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif *explanatory research* dengan menyebarkan kuesioner pada konsumen. Sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dimana 30 responden dijadikan sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini *brand image* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *customer buying decision*, dan *brand awareness* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *customer buying decision*. *Brand image* merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap *customer buying decision*.

KATA KUNCI : BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, CUSTOMER BUYING DECISION