

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**OLEH :**

**MARIA LUSITANIA WOLO**  
**NIM : 2021410003**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS FLORES  
ENDE  
2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Nama : MARIA LUSITANIA WOLO**  
**Nim : 2021410003**  
**Judul : PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE  
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Ende, 29 Agustus 2025**

**Telah Diajukan Dan Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Flores**

**Pembimbing I**



**Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc**  
**NIDN. 08 2609 7401**

**Pembimbing II**



**Santy Permata Sari, S.AB.,MM**  
**NIDN. 08 2906 9001**

**Mengetahui,**  
**Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores**



**Maria Endang Lomu, SE.,MM**  
**NIDN. 08 1410 9101**

## LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 29 Agustus 2025



Mengesahkan,  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc**  
NIDN. 08 2609 7401

Mengetahui,  
**Ketua Program Studi Manajemen**

**Maria Endang Jama, SE.,MM**  
NIDN. 08 1410 9101

### Tim Penguji:

- |    |   |    |       |
|----|---|----|-------|
| 01 | <b><u>Lambertus Langga, SE.,M.Sc</u></b><br>NIDN. 08 2507 7101              | 1. | ..... |
| 02 | <b><u>Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM</u></b><br>NIDN. 08 3110 8301 | 2. | ..... |
| 03 | <b><u>Maria Endang Jama, SE.,MM</u></b><br>NIDN. 08 1410 9101               | 3. | ..... |
| 04 | <b><u>Gabriel Tanusi, SE.,M.Si</u></b><br>NIDN. 08 2706 7101                | 4. | ..... |
| 05 | <b><u>Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc</u></b><br>NIDN. 08 2609 7401    | 5. | ..... |



**UNIVERSITAS FLORES  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI ”**. Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 29 Agustus 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bilah kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 29 Agustus 2025  
Yang Memberi Pernyataan



**Maria Lusitania Wolo**  
**NIM : 2021410003**

## **MOTTO**

**“kuatkan dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan jangan gemetar karena mereka, sebab Tuhan, Allahmu, Dialah yang berjalan menyertai engkau; Ia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau”**

**(Ulangan 31:6)**

## **PERSEMBAHAN**

Tuhan Yesus Kristus, Dia yang menjadi asal dari segala sesuatu dan penopang hidupku, dengan kasih setia-Nya yang selalu membimbing dan menyertai penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak Amadeus Wolo dan mama Jovita Natalia Bhayangkara Hanky tercinta yang selalu berusaha dengan pengorbanan membesarkan, mendidik, membimbing perjalanan studi hingga selesai.
2. Untuk kakakku Yohanes Cherly Saktiyani Wolo yang selalu memberikan dukungan berupa material dan moril kepada penulis dalam menyelesaikan studi ini.
3. Untuk sahabat-sahabatku (Karis, Delsi, dan Kerin) dan sahabat perjuangan kuliah (Nuning, Fitri, Putri, Ocha, Filian, Angel, dan Aty) yang selalu menemani dan memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi kasus pada konsumen *sunscreen* Azarine di Kota Ende)”

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis diberi bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara materi maupun moril, serta dorongan, nasehat, saran, dan kritik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, Dia yang menjadi asal dari segala sesuatu dan penopang hidupku, dengan kasih setia-Nya yang selalu membimbing dan menyertai penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Willybrodus Lanamana, SE.,M.MA selaku rektor beserta Wakil Rector I, II, DAN III Universitas Flores.
3. Bapak Dr. Octavianus Rafael Byre, SE.,M.Sc selaku Dekan, beserta wakil dekan I, II, dan III Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Ende.
4. Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Bapak Dr. Octavianus Rafael Byre, SE.,M.Sc dan Ibu Santy Permata Sari, SAB.,MM selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
6. Almamater tercinta Universitas Flores.

Ende, Agustus 2025

Penulis

Maria Lusitania Wolo

## ABSTRAK

**Maria Lusitania Wolo. 2021410003. Fakultas Ekonomi, Program Sarjana. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Azarine Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi, Pembimbing I, Rafael Octavianus Byre., Pembimbing II: Santy Permata Sari**

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen* Azarine (2) pengaruh *brand image* terhadap minat beli produk *sunscreen* Azarine (3). pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen* Azarine (4) pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen* Azarine dengan minat beli sebagai variabel mediasi. Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang responden yang menggunakan produk *sunscreen* Azarine Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Regresi linier dan Analisis Path digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) ada pengaruh positif dan signifikan *brand image* terhadap minat beli produk *sunscreen* Azarine, (2) ada pengaruh positif dan signifikan minat beli terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen* Azarine, (3) ada pengaruh positif dan signifikan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen* Azarine, (4) ada pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen* Azarine dengan minat beli sebagai variabel mediasi.

**Kata kunci:; *Brand Image, Minat Beli, Keputusan Pembelian***

## ABSTRACT

**The Lusitania Wolo. 2021410003. Faculty of Economics, Undergraduate Program. The Influence of *Brand Image* on the Purchase Decision of Azarine *Sunscreen* Products with Buying Interest as a Mediation Variable, Supervisor I, Rafael Octavianus Byre., Supervisor II: Santy Permata Sari**

---

This study aims to find out (1) the influence of *brand image* on the purchase decision of Azarine sunscreen products (2) the influence of *brand image* on the purchase interest of Azarine *sunscreen products* (3). the influence of buying interest on the purchase decision of Azarine sunscreen products (4) the influence of *brand image* on the purchase decision of *sunscreen products* Azarine with buying interest as a mediating variable. This research includes causality research using a quantitative approach. The sample in this study was 96 respondents who used Azarine Sunscreen products collected with questionnaires that had been tested for validity and reliability. Linear regression and path analysis were used to test the hypothesis of this study. The results of this study show that, (1) there is a positive and significant influence of *brand image* on the purchase interest of Azarine *sunscreen products*, (2) there is a positive and significant influence of purchase interest on the purchase decision of Azarine *sunscreen products*, (3) there is a positive and significant influence of *brand image* on the purchase decision of Azarine *sunscreen products*, (4) there is an influence *brand image* on the purchase decision of Azarine *sunscreen products* with buying interest as a mediating variable.

---

**Keywords;** *Brand Image, Buying Interest, Purchase Decision*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1 Konsep Pemasaran .....	9
2.1.1 <i>Brand Image</i> .....	9
2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	9
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	11
2.1.3 Minat Beli .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	19
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli.....	19

2.3.2 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Minat Beli.....	20
2.4 Kerangka Penelitian.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Lokasi Penelitian .....	23
3.3 Populasi dan Sampel .....	23
3.3.1 Populasi .....	23
3.3.2 Sampel .....	24
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	25
3.4.1 Jenis Data .....	25
3.4.2 Sumber Data.....	25
3.5 Defenisi Operasional Variabel.....	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.7 Uji Instrument.....	28
3.7.1 Uji Validitas.....	28
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.35.1 Uji Hipotesis .....	29
3.8 Analisis Data Penelitian .....	30
3.8.1 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	33
4.1.1 Deskripsi Responden .....	33

4.2 Uji Instrument Penelitian.....	35
4.2.1 Uji Validitas.....	36
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	36
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
4.3 Uji Hipotesis.....	39
4.3.1 Hipotesis Pertama .....	39
4.3.2 Hipotesis Kedua .....	40
4.3.3 Hipotesis Ketiga .....	41
4.3.4 Hipotesis Keempat .....	43
4.4 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	45
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Produk <i>Sunscreen</i> <i>Azarine</i> .....	45
4.4.2 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscreen Azarine</i> .....	47
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscreen Azarine</i> .....	49
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscreen Azarine</i> Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi	51
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>55</b>
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.5 Operasional Variabel.....	26
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia Pengguna .....	33
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan. ....	34
Tabel 4.3 Tabel Uji Validitas dan Realibilitas.....	35
Tabel 4.4 Uji Multikoleniaritas .....	38
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Produk <i>Sunscreen Azarine</i> .....	40
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscreen Azarine</i> .....	41
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscreen Azarine</i> .....	42
Tabel 4.11 Hasil Analisis Jalur Pengaruh <i>Brand Images</i> Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli Produk <i>Sunscreen Azarine</i> .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sunscreen Azarine .....	2
Gambar 2.4 Kerangka Pikir.....	23
Diagram 4.1. Responden Berdasarkan Usia Pengguna.....	35
Diagram 4.2. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Gambar 4.1. Analisis Jalur Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi .....	44