

**PENGARUH CITRA MEREK, DUTA MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK
VASELINE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Diana

190910115

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, DUTA MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK
VASELINE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

Diana

190910115

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Diana
NPM : 190910115
Fakultas : Ilmu sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Citra Merek, Duta Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Vaseline di Kota Batam

Adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 12 Januari 2023



Diana
190910115

**PENGARUH CITRA MEREK, DUTA MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK
VASELINE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

Diana

190910115

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 12 Januari 2023



**Hervenzus, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Umumnya, masyarakat yang telah terpenuhi kebutuhan utamanya, maka konsumen akan ingin memenuhi kebutuhan sekundernya supaya dapat meningkatkan taraf hidupnya menjadi lebih maksimal. Salah satu dari produk sekunder yang diminati dan terdapat penuh perhatian dalam kalangan masyarakat tanpa terbatas oleh unsur usia dan gender serta SARA ialah produk perawatan kulit. Memiliki kulit yang sehat dan terpesona merupakan impian yang selalu dijunjung oleh kaum generasi sekarang. Hal ini juga menjadi salah satu faktor pemicu maraknya pengusaha atau pedagang berlomba untuk membangun usahanya dengan berbagai macam strategi yang dapat menarik minat konsumen hingga keputusan konsumen untuk membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan.

Secara garis besar, tujuan dari penulis melaksanakan penelitian ini adalah untuk mencari tahu pengaruh dari citra merek, duta merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Vaseline di Kota Batam dengan teknik pengumpulan *non-probability sampling* yang khususnya teknik *sampling incidental* pada 125 orang responden yang mengunjungi toko De Mart secara langsung dan data diperoleh dari pengumpulan angket digital atau *Google Form*, kemudian diolah dengan program SPSS 25. Pengujian data yang dilakukan ada beberapa, yaitu uji kualitas, uji asumsi klasik, uji pengaruh, serta uji hipotesis. Hasil yang dapat ditarik dari pengujian tersebut ialah terdapatnya pengaruh pada variabel dependen dari variabel independen yang secara positif dan signifikan, baik pengaruhnya secara terpisah maupun secara bersamaan. Implikasi hasil penelitian dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi para penjual dalam menetapkan strategi bisnis dan mengingatkan para pengusaha adapun faktor lain yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis supaya pihak produsen dapat menaruh perhatian pada pentingnya keputusan pembelian konsumen sehingga dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan transaksi pembelian pada toko sekaligus mempertahankan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek; Duta Merek; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

Generally, people who have fulfilled their main needs, consumers will want to fulfill their secondary needs so that they can increase their standard of living to be more optimal. One of the secondary products that is in great demand and has received great attention in society without being limited by elements of age and gender or SARA is skin care products. Having healthy and beautiful skin is a dream that is always upheld by the current generation. This has also become one of the triggering factors for the rise of entrepreneurs or traders competing to build their businesses with various strategies that can attract consumer interest to consumer decisions to buy and consume the products offered.

Broadly speaking, in this study the authors aimed was examine impact of brand image, brand ambassador and product quality on consumer purchasing decision to Vaseline products in Batam City, and we used techniques of non-probability sampling, especially incidental sampling technique on 125 respondents who visited De Mart store directly. Data is obtained from Google Forms. Then the data were processed with SPSS 25. There are several data tests carried out, namely tests on quality, classic assumption, the tests of influence, and tests hypothesis. The result what we got on this research is that there have influence from the independent variable on the dependent variable which are positive and significant, both partial and simultaneously. The implications of the research results can serve as material for consideration for sellers in setting business strategies and reminding entrepreneurs of other factors that must be considered in running a business so that producers can pay attention to the importance of consumer purchasing decisions so as to increase consumer interest in making purchase transactions at the store at the same time maintain consumer loyalty.

Keywords : Brand Image; Brand Ambassador; Product Quality; Consumer Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur mari kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Heryenzus, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak Badan Pengusahaan Batam yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman – teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupu materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 12 Januari 2023



Diana



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Citra Merek	13
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek	13
2.1.1.2 Aspek Penilaian Citra Merek.....	14
2.1.1.3 Indikator Citra Merek	15
2.1.1.4 Faktor Citra Merek.....	17
2.1.2 Duta Merek	18
2.1.2.1 Pengertian Duta Merek	18
2.1.2.2 Indikator Duta Merek.....	20
2.1.2.3 Fungsi Duta Merek	21
2.1.3 Kualitas Produk.....	22
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	22

2.1.3.2	Indikator Kualitas Produk	23
2.1.3.3	Faktor Kualitas Produk	24
2.1.4	Keputusan Pembelian Konsumen	26
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	26
2.1.4.2	Faktor Keputusan Pembelian Konsumen.....	28
2.1.4.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	31
2.1.4.4	Tahapan Keputusan Pembelian.....	33
2.2	Penelitian Terdahulu	35
2.3	Kerangka Pemikiran	39
2.3.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ..	39
2.3.2	Pengaruh Duta Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen...	40
2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	40
2.3.4	Pengaruh Citra Merek, Duta Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.4	Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1.	Jenis Penelitian	43
3.2.	Sifat Penelitian.....	43
3.3.	Lokasi dan Periode Penelitian.....	43
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	43
3.3.2.	Periode Penelitian	44
3.4.	Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1.	Populasi.....	45
3.4.2.	Teknik Penentuan Sampel	45
3.4.3.	Teknik <i>Sampling</i>	46
3.5.	Sumber Data	46
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.6.1.	Instrumen Pengumpulan Data.....	47
3.6.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	48
3.7.1.	Variabel Independen (X)	48
3.7.1.1.	Citra merek	48

3.7.1.2.	Duta merek.....	50
3.7.1.3.	Kualitas produk.....	50
3.7.2.	Varibel Dependen (Y).....	52
3.7.2.1.	Keputusan Pembelian	52
3.8.	Metode Analisis Data.....	54
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	54
3.8.2.	Uji Kualitas	55
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	56
3.8.4.	Uji Pengaruh	58
3.9.	Uji Hipotesis	60
3.9.1.	Uji t-hitung.....	60
3.9.2.	Uji F-hitung.....	61
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	65
4.2.1.	Data Karakteristik Responden Disajikan Dari Segi Jenis Kelamin	65
4.2.2.	Data Karakteristik Responden Disajikan Dari Segi Usia	66
4.2.3.	Data Karakteristik Responden Disajikan Dari Segi Pendidikan.....	67
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	68
4.3.1.	Citra Merek (X1)	68
4.3.2.	Duta Merek (X2).....	70
4.3.3.	Kualitas Produk (X3).....	71
4.3.4.	Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	72
4.4.	Analisis Data.....	73
4.4.1.	Uji Kualitas Data	73
4.4.1.1.	Uji Validitas	73
4.4.1.2.	Uji Reliabilitas	76
4.4.2.	Uji Asumsi Klasik.....	78
4.4.2.1.	Uji Normalitas.....	78
4.4.2.2.	Uji Multikolinearitas.....	80
4.4.2.3.	Uji Heterokedastisitas	81
4.4.3.	Uji Pengaruh	82
4.4.3.1.	Uji Regresi Linear Berganda	83

4.4.3.2. Uji Koefisien Determinan (R^2)	84
4.5. Pengajuan Hipotesis.....	85
4.5.1. Uji T	85
4.5.2. Uji F	86
4.6. Pembahasan	88
4.6.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Vaseline	88
4.6.2. Pengaruh Duta Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Vaseline	89
4.6.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Vaseline	89
4.6.4. Pengaruh Citra Merek, Duta Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Vaseline	90
4.7. Implikasi Hasil Penelitian.....	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	93
5.1. Simpulan	93
5.2. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	
Lampiran 4. Bukti Turnitin	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Dari Tahun 2010 – 2020	1
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen	35
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 3.1 Gambaran Peta Lokasi Penelitian dari UPB ke De Mart.....	44
Gambar 4.1 Bagan struktur organisasi De Mart.....	63
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	78
Gambar 4.3 Grafik P-P Plot.....	79
Gambar 4.4 Scatterplot.....	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Keunggulan Produk Berdasar Persepsi Konsumen	6
Tabel 1.2 Data Keluhan Pelanggan Yang Berkaitan Dengan Produk dan Duta Merek Vaseline	7
Tabel 1.3 Data Pernyataan Konsumen Mengenai Kualitas Produk	8
Tabel 1.4 Data Penjualan <i>Hand and Body Lotion</i> Tahun 2022	9
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Tabel Periode Penelitian.....	45
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel Penelitian.....	53
Tabel 4.1 Profil Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Profil Data Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.3 Profil Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	67
Tabel 4.4 Kategorisasi Rata-rata Skor Penilaian dari Jawaban Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	68
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Pada Pernyataan Citra Merek (X1).....	69
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Pada Pernyataan Duta Merek (X2).....	70
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Pada Pernyataan Kualitas Produk (X3)	71
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Pada Pernyataan Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	72
Tabel 4.9 Uji Validitas Citra Merek (X1)	74
Tabel 4.10 Uji Validitas Duta Merek (X2).....	74
Tabel 4.11 Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	75
Tabel 4.12 Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	76
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Citra Merek, Duta Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian Konsumen	77
Tabel 4.14 Uji Kolmogorov-Smirnov	80
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	81
Tabel 4.16 Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel 4.17 Uji <i>R Square</i>	84
Tabel 4.18 Uji T	86
Tabel 4.19 Uji F.....	87

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Korelasi <i>Product Moment</i>	55
Rumus 3.2 <i>Cronbach Alpha</i>	56
Rumus 3.3 Rumus Persamaan Regresi Linear Berganda.....	58
Rumus 3.4 Rumus uji R^2	59
Rumus 3.5 Rumus uji t-hitung	60
Rumus 3.6 Rumus F-hitung	61