

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK EMINA DI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Mutiara Nur Afifah
190910304**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK EMINA DI BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Mutiara Nur Afiah
190910304**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Mutiara Nur Afifah
NPM : 190910304
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

"PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA DI BATAM" Adalah hasil karya 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 di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK EMINA DI BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Mutiara Nur Afifah
190910304**

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

Batam, 28 Januari 2023



**David Humala Sitorus, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Di zaman sekarang persaingan bisnis semakin banyak dan beragam. Banyak perusahaan-perusahaan industri, perdagangan dan jasa setiap tahunnya mengeluarkan berbagai ide-ide baru. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan dapat menumbuhkan hubungan yang erat antara pelanggan dan bisnis. Perusahaan yang dapat memenuhi keinginan pelanggan akan mampu bersaing dipasar global sesuai dengan konsep pemasarannya. Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi membuat persaingan antar perusahaan di industri kosmetik semakin sulit dari sebelumnya. Banyak perusahaan memproduksi dan menawarkan produk yang berbeda dengan cara yang kreatif dan inovatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian produk Emina di Batam. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 900 responden. Sampel pada penelitian ini berjumlah 277 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menemukan hubungan antar variabel dalam suatu populasi. Sifat dari penelitian ini yaitu dalam bentuk replikasi. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden menggunakan pengukuran skala likert. Data yang sudah didapat kemudian di analisis menggunakan uji validitas dan uji reabilitas, untuk uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinearitas, untuk uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji f dengan bantuan SPSS 29. Hasil yang didapat dari uji t adalah citra merek, kualitas produk dan word of mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Emina di Batam. Hasil uji f yang didapat bahwa secara simultan citra merek, kualitas produk, dan word of mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Emina di Batam

Kata Kunci: Citra merek, Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In today's business competition more and more diverse. Many industrial, trade and service companies issue new ideas every year. Customer satisfaction can increase customer trust and can foster close relationships between customers and businesses. Companies that can fulfill customer desires will be able to compete in the global market according to their marketing concept. Economic growth and development makes competition between companies in the cosmetics industry more difficult than ever. Many companies produce and offer different products in creative and innovative ways. The total population in this study was 900 respondents. The sample in this study amounts to 277 respondents. The sampling technique uses the slovin formula. This type of research is quantitative research that aims to find relationships between variables in a population. The nature of this research is in the form of replication. The data used are primary data and secondary data obtained by distributing questionnaires to respondents using a likert scale measurement. The data that has been obtained is the analyzed using the validity test and reliability test, for the classical assumption test in this study using the normality test, heteroscedasticity test, and multicollinearity test, to test the hypothesis in this study namely multiple linear regression analysis test, test the coefficient of the determination, test t and f test with the help of SPSS 29. The results obtained from the t test are brand image, product quality and word of mouth influence the purchasing decisions of Emina products in Batam. The results of the f test show that simultaneously brand image, product quality, and word of mouth have a significant effect on purchasing decisions for Emina products in Batam.

Keyword: *Brand image, Product Quality, Word Of Mouth, and Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan KaruniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih 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. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang selalu memberikan arahan dan masukan serta tidak pernah lelah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah di Universitas Putera Batam Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
6. Terimakasih untuk kedua Orang Tua saya tercinta yang selalu memberikan dukungan dan semangat. Terimakasih juga untuk kakak-kakak yang selalu memberikan semangat untuk saya hingga hari ini.
7. Staff Guardian Nagoya Hill yang turut membantu dalam memberikan informasi mengenai data-data yang dibutuhkan untuk penulis menyusun skripsi
8. Terimakasih untuk sahabat saya Indah lahitani natasya dasopang yang sudah

menemani dan membantu saya dalam hal apapun. Terimakasih juga untuk sahabat saya nur annisa ica yang sudah memberikan saya semangat serta dukungan. Dan terimakasih untuk sahabat-sahabat saya yang lainnya yang telah banyak membantu penulis dalam menyusun tugas akhir skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

9. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai
10. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karuniaNya, Amin.

Batam, 28 Januari 2023

Mutiara Nur Afifah

190910304



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.1.1.2 Dimensi-Dimensi Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1.3 Indikator-Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2 Citra Merek	15
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek	15
2.1.2.2 Dimensi-Dimensi Citra Merek.....	16
2.1.2.3 Indikator-Indikator Citra merek.....	18
2.1.3 Kualitas Produk.....	19

2.1.3.1	Pengertian Kualitas Produk	19
2.1.3.2	Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.3.3	Indikator-Indikator Kualitas Produk	21
2.1.4	<i>Word Of Mouth</i>	22
2.1.4.1	Pengertian Word Of Mouth	22
2.1.4.2	Indikator-Indikator <i>Word Of Mouth</i>	24
2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Kerangka Pemikiran.....	27
2.3.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.3	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.4	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth....	28
2.4	Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Jenis Penelitian.....	31
3.2	Sifat Penelitian	31
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	32
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	32
3.3.2	Periode Penelitian	32
3.4	Populasi dan Sampel	32
3.4.1	Populasi.....	32
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	33
3.4.3	Teknik Sampling.....	33
3.5	Sumber Data	34
3.6	Metode Pengumpulan Data	34
3.7	Defenisi Operasional Variabel Penelitian	35
3.8	Metode Analisis Data.....	37
3.8.1	Analisis Deskriptif	37
3.8.2	Uji Kualitas Instrumen	38

3.8.2.1	Uji Validitas	38
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	39
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	39
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	40
3.8.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.8.3.3	Uji Multikolinearitas	40
3.9	Uji Hipotesis	40
3.9.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.9.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	41
3.9.3	Uji T.....	42
3.9.4	Uji F.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian	44
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	45
4.2.1	Jenis Kelamin Responden	46
4.2.2	Usia Responden	46
4.3	Analisis Deskriptif.....	47
4.3.1	Citra Merek (X1)	47
4.3.2	Kualitas Produk.....	48
4.3.3	Word Of Mouth (X3).....	49
4.3.4	Keputusan Pembelian (Y)	51
4.4	Uji Kualitas Data.....	52
4.4.1	Hasil Uji Validitas	52
4.4.2	Hasil Uji Reabilitas	55
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	56
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	56
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.5.3	Uji Multikolinearitas	58
4.6	Hasil Uji Hipotesis.....	59
4.6.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	59

4.6.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.6.3	Uji Parsial (Uji t)	62
4.6.4	Hasil Uji F	63
4.7	Pembahasan	63
4.7.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.7.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.7.3	Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.7.4	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Kota Batam.	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Simpulan	67
5.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		69
Lampiran 1 Pendukung penelitian		
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1. Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4 1 Logo Guardian	45
Gambar 4 2 Diagram Histogram	56
Gambar 4 3 Normal p-p plot	57
Gambar 4 4 Scatterplot	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Produk Sunscreen Lokal Terlaris 2022 Periode 17-31 Mei	3
Tabel 1. 2 Jenis Produk Emina	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Periode Penelitian	32
Tabel 3. 2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner	35
Tabel 3. 3 Definisi Operasional	36
Tabel 3. 4 Rentang Skala	38
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4. 2 Jumlah Usia Responden	46
Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner Citra Merek (X1)	47
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Mengenai Kualitas Produk (X2)	48
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Tentang Word Of Mouth (X3)	50
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1)	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth (X3)	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Realibilitas	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji dari Analisis Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji T	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	63

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	33
Rumus 3. 2 Rentang Skala	37
Rumus 3. 3 Validitas Data.....	38
Rumus 3. 4 Analisis Regresi Linear Berganda	41