

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN REMAJA PADA TISSUE  
BASAH DETTOL DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Sapta Kristamus  
190910072**

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

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN REMAJA PADA TISSUE  
BASA DETTOL DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Sapta Kristamus  
190910072**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sapta Kristamus

NPM : 190910072

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

**"Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Remaja Pada Tissue Basah Dettol Di Kota 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 dan gelar akademik 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

Batam, 27 Januari 2023



**Sapta Kristamus**  
190910072

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN REMAJA PADA TISSUE  
BASAH DETTOL DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Sapta Kristamus  
190910072**

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

**Batam, 18 Januari 2023**



**Tiurniari Purba, S.E., M.M.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Pertumbuhan eksplosif merek Dettol dalam beberapa tahun terakhir merupakan bukti nyata dari popularitas produk yang meluas. Dunia korporat lebih manis dari sebelumnya karena persaingan di pasar tisu basah semakin intensif. Beberapa merek tisu basah biasanya tersedia. Dengan berbagai permasalahan yang terdapat yang belum seutuhnya terselesaikan. Tujuan yang dapat pada penelitian ini untuk dapat mengetahui apakah citra merek, kepercayaan merek serta kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian remaja pada tissue basah di Kota Batam. Metode kuantitatif digunakan untuk melakukan penyelidikan deskriptif. Penelitian deskriptif di mana peneliti berfokus pada satu variabel independen tanpa menarik hubungan apa pun di antara mereka Remaja asal Kota Batam, yang pernah membeli atau menggunakan tisu basah Dettol menjadi populasi penelitian ini. Dalam keadaan ini, jumlah populasi yang tepat tidak tersedia. Karena jumlah total orang dalam populasi penelitian tidak diketahui, rumus *lameshow* digunakan untuk menghasilkan ukuran sampel sebesar 100 responden. Teknik analisis data digunakan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji t dan uji f. Hasil penelitian menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang parsial dan simultan secara positif dan signifikan antara citra merek, kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian remaja pada tissue basah Dettol di Kota Batam.

**Kata Kunci** : Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*The explosive growth of the Dettol brand in recent years is a clear testament to the product's widespread popularity. The corporate world is sweeter than ever as competition in the wet wipes market intensifies. Several brands of wet wipes are usually available. With a variety of existing problems that have not been completely resolved. The aim of this research is to be able to find out whether brand image, brand trust and product quality can influence adolescent purchasing decisions on wet tissue in Batam City. Quantitative methods are used to conduct descriptive investigations. A descriptive study in which the researcher focuses on one independent variable without drawing any relationship between them. Teenagers from Batam City who have bought or used Dettol wipes are the population of this study. Under these circumstances, precise population figures are not available. Since the total number of people in the study population is unknown, the lameshow formula was used to come up with a sample size of 100 respondents. Data analysis techniques were used through validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, analysis of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>), t test and f test. The results of the study stated that there was a positive and significant partial and simultaneous relationship between brand image, brand trust and product quality on adolescent purchasing decisions on Dettol wet tissue in Batam City.*

**Keywords:** *Brand Image, Brand Trust, Product Quality, Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga 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. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. 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 responden pengguna produk tissue basah Dettol yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu 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 maupun 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, 27 Januari 2023



Sapta Kristamus





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Citra Merek .....	11
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek .....	11
2.1.1.2 Aspek Citra Merek .....	12
2.1.1.3 Dimensi Citra Merek.....	13
2.1.1.4 Indikator Citra Merek.....	14
2.1.2 Kepercayaan Merek.....	15
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan Merek.....	15
2.1.2.2 Faktor-Faktor Kepercayaan Merek .....	16
2.1.2.3 Jenis Kepercayaan .....	18
2.1.2.4 Indikator Kepercayaan Merek .....	19
2.1.3 Kualitas Produk .....	20
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk .....	20
2.1.3.2 Aspek Kualitas Produk.....	21
2.1.3.3 Dimensi Kualitas Produk .....	22
2.1.3.4 Indikator Kualitas Produk .....	23
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	25
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.1.4.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	26
2.1.4.3 Tahapan Keputusan Pembelian .....	27
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	31

2.3.2	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.4	Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4	Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Sifat Penelitian .....	35
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian .....	36
3.3.1	Lokasi Penelitian .....	36
3.3.2	Periode Penelitian.....	36
3.4	Populasi dan Sampel .....	37
3.4.1	Populasi .....	37
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	37
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	38
3.5	Sumber Data .....	39
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	39
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	41
3.7.1	Variabel Independen (X).....	41
3.7.2	Variabel Dependen (Y) .....	41
3.8	Metode Analisis Data .....	42
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif .....	42
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	44
3.8.2.1	Uji Validitas .....	44
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	45
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.8.3.1	Uji Normalitas .....	46
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas .....	47
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	47
3.8.4	Uji Pengaruh.....	48
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
3.9	Uji Hipotesis.....	49
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	49
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk .....	55
4.3	Deskripsi Jawaban Responden .....	55
4.3.1	Deskriptif Citra Merek (X1).....	56
4.3.2	Deskriptif Kepercayaan Merek (X2).....	57

4.3.3	Deskriptif Kualitas Produk (X3) .....	58
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) .....	60
4.4	Analisis Data .....	61
4.4.1	Uji Kualitas Data .....	61
4.4.1.1	Uji Validitas .....	61
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	63
4.4.2	Uji Asumsi Klasik .....	64
4.4.2.1	Uji Normalitas .....	64
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas .....	66
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	67
4.4.3	Uji Pengaruh.....	68
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
4.5	Pengujian Hipotesis.....	71
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	71
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F .....	72
4.6	Pembahasan.....	73
4.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	73
4.6.2	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	74
4.6.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.6.4	Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.7	Implikasi Hasil Penelitian .....	76
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan.....	78
5.2	Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		80
<b>Lampiran 1.</b> Pendukung Penelitian		
<b>Lampiran 2.</b> Daftar Riwayat Hidup		
<b>Lampiran 3.</b> Surat Keterangan Penelitian		

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	33
<b>Gambar 4.1</b> Logo Dettol.....	52
<b>Gambar 4.2</b> Uji Normalitas Dengan Histogram .....	64
<b>Gambar 4.3</b> Uji Normalitas Dengan Grafik <i>Normal P-P Plot</i> .....	65
<b>Gambar 4.4</b> Uji Heteroskedastisitas .....	68

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> TOP Brand Kategori Tissue Basah .....	3
<b>Tabel 1.2</b> Pra <i>Survey</i> Kepercayaan Merek .....	4
<b>Tabel 1.3</b> Pra <i>Survey</i> Kualitas Produk.....	5
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	30
<b>Tabel 3.1</b> Periode Penelitian.....	36
<b>Tabel 3.2</b> Pemberian Skor Kuesioner.....	40
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	41
<b>Tabel 3.4</b> Kategori Rentang Skala.....	43
<b>Tabel 4.1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
<b>Tabel 4.4</b> Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk .....	55
<b>Tabel 4.5</b> Rentang Skala.....	56
<b>Tabel 4.6</b> Deskriptif Citra Merek .....	56
<b>Tabel 4.7</b> Deskriptif Kepercayaan Merek .....	57
<b>Tabel 4.8</b> Deskriptif Kualitas Produk.....	58
<b>Tabel 4.9</b> Deskriptif Keputusan Pembelian.....	60
<b>Tabel 4.10</b> Uji Validitas Citra Merek (X1) .....	61
<b>Tabel 4.11</b> Uji Validitas Kepercayaan Merek (X2).....	62
<b>Tabel 4.12</b> Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	62
<b>Tabel 4.13</b> Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	63
<b>Tabel 4.14</b> Uji Reliabilitas.....	63
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	66
<b>Tabel 4.16</b> Uji Multikolinearitas .....	67
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	69
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji t (Parsial).....	71
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Uji f (Simultan).....	73

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Rumus <i>Lameshow</i> .....	37
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	43
<b>Rumus 3.3</b> <i>Product Moment</i> .....	44
<b>Rumus 3.4</b> <i>Alpha Cronbach</i> .....	45
<b>Rumus 3.5</b> Regresi Linier Berganda .....	48
<b>Rumus 3.6</b> Koefisien Determinasi .....	49
<b>Rumus 3.7</b> Uji t .....	50
<b>Rumus 3.8</b> Uji f.....	51