

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN IN PARFUME
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Atika Yusniari
200910088**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN IN PARFUME
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Atika Yusniari
200910088**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Atika Yusniari

NPM : 200910088

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN IN PARFUME KOTA BATAM” Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam 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 di batalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 13 Januari 2024



Atika Yusniari

200910088

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN IN PARFUME
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

**Atika Yusniari
200910088**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperi tertera di bawah ini**

Batam, 13 Januari 2024



**Nora Pitri Nainggolan. S.E., M.Si
Pembimbing**



ABSTRAK

Pada saat ini penampilan menjadi pusat perhatian bagi semua kalangan mulai dari tata rias, tata rambut pakaian, dan berbagai perawawatan tubuh. Setiap individu selalu memperhatikan penampilannya seperti yang lagi treen, model dan memadukan warna pakaian yang sering disebut OOTD (*Outfit Of The Day*). Perusahaan telah memulai menghadirkan berbagai macam produk dengan kualitas, produk, Citra merek, supaya produk mudah dikenali konsumen. Dalam hal ini konsumen dapat memutuskan untuk percaya atau tidak tergantung dengan kualitas produk, merek sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produkyang di hasilkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas produk, Citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian Parfume di In Parfume kota Batam. Populasi penelitian ini jumlahnya tidak diketahui dan sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *lemeshow*. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantatif 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 didapat kemudian di analisis menggunakan uji validitas dan uji realibilitas, untuk uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji Multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, untuk uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji f dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil yang didapat dari uji t adalah kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk In Parfume kota Batam. Hasil uji F yang didapat bahwa secara simultan kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk In Parfume kota Batam. pesaingnya, tetapi ada juga yang sudah mulai memahaminya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pebelian parfume di In Parfume batam.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

At this time, appearance is the center of attention for all groups, starting from make-up, hair, clothing, and various body treatments. Every individual always pays attention to his appearance, such as fashion, models and combining the colors of clothes which is often called OOTD (Outfit Of The Day). The company has started to present various kinds of products with quality, product, brand image, so that the products are easily recognized by consumers. In this case, consumers can decide to believe it or not depending on the quality of the product, brand, so that consumers decide to buy the product produced. The aim of this research is to analyze product quality, brand image and trust in purchasing decisions for perfume at In Parfume, Batam city. The population of this study is unknown and the sample in this study consisted of 100 respondents. The sampling technique uses the lemeshow formula. This type of research is quantitative research which 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 Likert scale measurements. The data obtained was then analyzed using the validity test and reliability test, to test the classical assumptions in this study using the normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test, to test the hypothesis in this study namely the multiple linear regression test, coefficient of determination test, t test and f test with the help of SPSS version 25. The results obtained from the t test are that product quality, brand image and trust influence the decision to purchase In Parfume products in Batam city. The results of the F test showed that simultaneously product quality, brand image and trust had a significant effect on purchasing decisions for In Parfume products in Batam City. its competitors, but there are also those who have begun to understand it. This research aims to determine the influence of product quality, brand image and trust on perfume purchasing decisions at In Parfume Batam.

Keywords: *Population quality, Brand Image, Trust and purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim Segala Puji bagi Allah SWT. yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir yang merupakan bagian persyaratan untuk menyelesaikan program sudi strata satau (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Peneliti menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, peneliti sadar skripsi ini takkan terwujud 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;
3. Ketua Program Studi ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si;
4. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Ibu Nora Pitri Nainggolan. S.E., M.Si selaku dosen pembimbing Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Ibu Hayani dan bapak Syarkowi selaku orang tua yang selalu support dan mendoakan peneliti dari awal sampai selesainya skripsi;
8. Abang Dian, Kakak Ana, Adek Dia yang telah memberikan support dan selalu memberikan nasihat dan semangat yang tiada henti;
9. Septi, Fero, Ruma, Rizka, Deska selaku teman seperjuangan yang saling support dalam menyelesaikan skripsi;
10. Dan yang terakhir kepada diri sendiri terimakasih banyak telah berjuang dan bekerjasama untuk tetap semangat, tetap sehat wal'afiat dan semoga sukses dunia akhirat;

Semoga Allah SWT. membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Aamiin.

Batam, 13 Januari 2024



Atika yusniari
200910088



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	I
HALAMAN JUDUL	II
SURAT PERNYATAAN	III
HALAMAN PENGESAHAN	IV
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR RUMUS	XIV
DAFTAR GAMBAR	XV
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH	7
1.3 PEMBATASAN MASALAH	7
1.4 RUMUSAN MASALAH.....	8
1.5 TUJUAN PENELITIAN	8
1.6 MANFAAT PENELITIAN	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 KAJIAN TEORI	11
2.1.1 Kualitas Produk	11
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk	11
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Produk	
2.1.1.3 Indikator-Indikator Kualitas Produk.....	13
2.1.2 Citra Merek.....	14
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek.....	14
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	15
2.1.2.3 Indikator Citra Merek	15
2.1.3 Kepercayaan	17
2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan	17
2.1.3.2 Faktor Pembentuk Kepercayaan	17
2.1.3.3 Indikator Kepercayaan.....	18

2.1.4	Keputusan Pembelian	19
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.1.4.2	Proses Pengambilan Keputusan	19
2.1.4.3	Indikator Pengambilan Keputusan.....	20
2.2	PENELITIAN TERDAHULU.....	21
2.3	KERANGKA PEMIKIRAN	22
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.2	Pengaruh Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4	HIPOTESIS PENELITIAN	25
BAB III.....		26
METODE PENELITIAN		26
3.1	JENIS PENELITIAN	26
3.2	SIFAT PENELITIAN	26
3.3	LOKASI DAN PERIODE PENELITIAN	27
3.3.1	Lokasi Penelitian	27
3.3.2	Periode Penelitian	27
3.4	POPULASI DAN SAMPEL	27
3.4.1	POPULASI.....	27
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sample	28
3.4.3	Teknik Sampling	29
3.5	SUMBER DATA	30
3.6	METODE PENGUMPULAN DATA	31
3.7	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN.....	31
3.8	METODE ANALISIS DATA	33
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	33
3.8.2	Uji Kualitas Instrumen	35
3.8.2.1	Uji Validitas.....	35
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	35
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.3.1	Uji Normalitas	36
3.8.3.1	Uji Multikoliniritas	36
3.8.3.2	Uji Heteroskedastisitas	37
3.9	Uji Hipotesis	37
3.9.1	Uji Regresi Linear Berganda	38
3.9.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.9.3	Uji T (Uji Parsial)	39
3.9.4	Uji F (Uji Simultan).....	39
BAB IV		41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	41
4.2	DESKRIPSI KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	42
4.2.1	Jenis Kelamin	43
4.2.2	Usia Responen	43

4.2.3	Pendidikan	44
4.2.4	Penghasilan.....	45
4.3	DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN	46
4.3.1	Kualitas Produk (X1).....	46
4.3.2	Citra Merek (X2).....	47
4.3.3	Kepercayaan (X3).....	48
4.3.4	Keputusan pembelian (Y).....	48
4.4	ANALISIS DATA	50
4.4.1	Hasil Uji Validitas	50
4.4.2	HASIL UJI REALIBILITAS	53
4.5	UJI ASUMSI KLASIK.....	53
4.5.1	Hasil Normalitas	53
4.5.2	Uji Multikolinieritas	54
4.5.3	Uji Heteroskedasitas	55
4.5	PENGUJIAN HIPOTESIS	56
4.5.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
4.5.2	Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2)	57
4.5.3	Uji Parsial (uji t)	58
4.6	PEMBAHASAN.....	60
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen In Parfume Kota Batam	60
4.6.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen In Parfume Kota Batam	61
4.6.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen In Parfume Kota Batam	61
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen In Parfume Kota Batam.....	62
4.7	IMPLIKASI HASIL PENELITIAN	62
BAB V.....		64
SIMPULAN DAN SARAN		64
5.1	SIMPULAN.....	64
5.2	SARAN.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....		67
LAMPIRAN		
Lampiran 1 Pendukung Penelitian		
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian		

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Perbandingan Kualitas Produk In Parfume	4
Table 1.2 Perbandingan Kualitas In Parfume murni dengan produk pesaingnya ..	5
Table 1.3 Tabel Rating Merek Parfume di Batam 2023.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Penentuan Skala Jawaban Kuesioner	31
Tabel 3.3 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	32
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4.2 Usia Responden.....	43
Tabel 4.3 Pendidikan.....	44
Tabel 4.4 Penghasilan.....	45
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Kualitas Produk (X1).....	46
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Citra Merek (X2).....	47
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Kepercayaan (X3).....	48
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2).....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X ₃)	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Dari Analisis Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji T	59
Tabel 4.20 Hasil Uji F	60

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Lemeshow</i>	29
Rumus 3.2 Rentang Skala	34
Rumus 3.3 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
--	----