

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

SKRIPSI



**Oleh:
Elisa
200910058**

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

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

SKRIPSI

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



**Oleh:
Elisa
200910058**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Elisa
NPM : 200910058
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MAYBELLINE 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 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, 22 Februari 2024



Elisa
200910058

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

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Elisa
200910058

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 22 Februari 2024



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



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek, kualitas produk, dan persepsi konsumen terhadap produk yang semuanya berkaitan dengan kosmetik. Salah satu produk kosmetik yang populer di Indonesia adalah Maybelline yang berasal dari New York. Kosmetik Internasional telah ada sejak tahun 1915 ketika Thomas Lyle Williams didirikan di New York, Amerika. Konsumen barang kosmetik di Pulau Batam Kota Batam banyak yang menggunakan kosmetik Maybelline karena kualitas produk dan reputasi konsumen Maybelline. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kontribusi reputasi merek, kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk Maybelline di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dan mengumpulkan informasi melalui kuesioner. Analisis kemudian dilakukan dengan menggunakan pengujian berbasis hipotesis. Kemudian pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap produk semuanya dipertimbangkan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan Maybelline di Kota Batam. Dari penelitian ditemukan bahwa citra merek, kualitas produk, dan persepsi konsumen terhadap produk semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Maybelline di Kota Batam. Hal ini merupakan hasil uji f diperoleh nilai f hitung sebesar 58,460 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 2,70 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai sig sebesar 0,05.

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

ABSTRACT

Purchasing decisions are influenced by brand image, product quality, and consumer perception of products that are all related to cosmetics. One of the most popular cosmetics products in Indonesia is Maybelline from New York. Cosmetics International has existed since 1915 when Thomas Lyle Williams was founded in New York, America. Many consumers of cosmetic goods in Batam Island use Maybelline cosmetics because of the product quality and reputation of Maybelline consumers. The purpose of this study is to identify the contribution of brand reputation, product quality and consumer perception to the purchase decision of Maybelline products in Batam City. This study used quantitative methodology and collected information through questionnaires. Analysis is then performed using hypothesis-based testing. Then the influence of brand image, product quality and consumer perception on products are all considered on Maybelline's purchase decision in Batam City. Research found that brand image, product quality, and consumer perception of products all had a positive and significant effect on Maybelline's product purchase decisions in Batam City. This is a test result obtained by f calculating a value of 58.460 greater than the table f value of 2.70 and has a significance value of 0.000 smaller than the significance of 0.05.

Keywords: *Brand Image; Product quality; Consumer Perception; Buying decision*

KATA PENGANTAR

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

Dengan segala keterbatasan, penulis juga menyadari bahwa 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 Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI. selaku Pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Ibu Tiurnari Purba, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.
6. Dosen dan staff Universitas Putera Batam, yang sudah banyak memberikan pengetahuan selama perkuliahan berlangsung
7. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan sepenuhnya;
8. Seluruh teman dan sahabat seperjuangan universitas putera batam yang saling memberikan dukungan untuk penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin

Batam, 22 Februari 2024



Elisa



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Perumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Teori Dasar.....	12
2.1.1. Citra Merek.....	12
2.1.2. Kualitas Produk	14
2.1.3. Persepsi Konsumen.....	18
2.1.4. Keputusan Pembelian	19
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka Pemikiran.....	24
2.3.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.3. Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.4. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	25

2.4. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Jenis Penelitian.....	28
3.2. Sifat Penelitian	28
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	28
3.3.1. Lokasi Perusahaan	28
3.3.2. Periode Penelitian	28
3.4. Populasi dan Sampel	29
3.4.1. Populasi	29
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel	29
3.4.3. Teknik <i>Sampling</i>	30
3.5. Sumber Data.....	31
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
3.8. Metode Analisis Data.....	34
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	34
3.8.2. Uji Kualitas Data	35
3.8.3. Uji Asumsi Klasik	37
3.8.4. Uji Pengaruh	38
3.9. Uji Hipotesis	39
3.9.1. Uji T.....	39
3.9.2. Uji F.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Hasil Penelitian	42
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.2. Profil Responden.....	44
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	45
4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
4.2.4. Profil Responden Berdasarkan Alamat di Kecamatan Batam Kota	46
4.3. Hasil Analisis Deskriptif.....	47
4.3.1. Analisis Deskriptif Citra Merek.....	47

4.3.2. Analisis Deskriptif Kualitas Produk	49
4.3.3. Analisis Deskriptif Persepsi Konsumen	50
4.3.4. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	51
4.4. Analisis Data	52
4.4.1. Hasil Uji Validitas	52
4.4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	53
4.4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	54
4.4.4. Hasil Uji Pengaruh.....	57
4.5. Uji Hipotesis	60
4.5.1. Uji T (Persial)	60
4.5.2. Uji F (Simultan).....	61
4.6. Pembahasan.....	62
4.6.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada produk Maybelline di Kota Batam	62
4.6.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada produk Maybelline di Kota Batam	62
4.6.3. Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada produk Maybelline di Kota Batam	63
4.6.4. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada produk Maybelline di Kota Batam	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Simpulan	64
5.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
Lampiran I Kuesioner Penelitian	
Lampiran II Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran III Surat Izin Penelitian	
Lampiran IV Berita Acara dan LOA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penilaian Baik Dan Buruk Terhadap Produk.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4. 1 Diagram Uji Normalitas	54
Gambar 4. 2 <i>P-P Plot Of Regression Standardized Residual</i>	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Award 2023</i>	4
Tabel 1.2 Produk Maybelline Yang Masuk <i>Top Brand Award</i>	4
Tabel 1.3 Observasi Awal	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.4 Rentang Skala Penelitian.....	35
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Alamat di Kecamatan Batam Kota.....	46
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Variabel Citra Merek.....	48
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Variabel Kualitas Produk	49
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Variabel Persepsi Konsumen	50
Tabel 4.8 Deskripsi Responden Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorv-Smirnov Test.....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
Tabel 4.16 Hasil Uji T	60
Tabel 4.17 Hasil Uji F	61

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	30
Rumus 3. 2 Rumus Rentang Skala.....	35
Rumus 3. 3 Validitas (<i>Pearson Product Moment</i>).....	36
Rumus 3. 4 Uji Regresi Linear Berganda	38
Rumus 3. 5 Uji Regresi Linear Berganda	39
Rumus 3. 6 Uji T.....	39
Rumus 3. 7 Uji F	40