

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE,  
DAN WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK HERBORIST DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh  
Fernando Susanto  
200910027**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE,  
DAN WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK HERBORIST DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh  
Fernando Susanto  
200910027**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Fernando Susanto

NPM : 200910027

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul :

**"PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBORIST 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, 19 Januari 2024



Fernando

200910027

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE,  
DAN WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK HERBORIST DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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

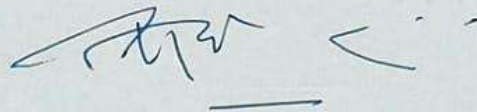
**Oleh:**

**Fernando Susanto**

**200910027**

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

**Batam, 18 Januari 2024**



**Assoc. Prof. Dr. Suhardi, S.E., M.M.**

**Pembimbing**



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Herborist. Variabel independen yang diteliti adalah kualitas produk, citra merek, dan *word of mouth*, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Sukses Jaya Indah, Batam yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sehingga sampel penelitian ini adalah 170 responden dengan menerapkan teknik *nonprobability sampling* yaitu dari sampel jenuh. pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan analisis data. Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *word of mouth* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu hal penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek dan *word of mouth* secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, *Brand Image*, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*This research aims to determine the influence of product quality, brand image, and word of mouth on the decision to purchase Herborist products. The independent variables studied are product quality, brand image, and word of mouth, while the dependent variable is purchasing decisions. The population of this research is all consumers of PT. Sukses Jaya Indah, Batam, the exact number of which is not known. The sample for this research consisted of 170 respondents using non-probability sampling techniques, namely saturated sampling. Data collection was carried out through distributing questionnaires and data analysis. The results show that product quality has a significant influence on purchasing decisions, brand image has a significant influence on purchasing decisions and word of mouth has a significant influence on purchasing decisions. Apart from that, research shows that product quality, brand image and word of mouth together (simultaneously) have a significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Product Quality, Brand Image, Word of Mouth, Purchase Decision*


## KATA PENGANTAR

Segala hormat, puji dan syukur penulis panjat kan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis 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 Assoc. Prof. Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi
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. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai
7. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karuniaNya, Amin

Batam, 16 Januari 2024



Fernando Susanto

200910027





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	12
1.3 Batasan Masalah .....	13
1.4 Rumusan Masalah .....	14
1.5 Tujuan.....	14
1.6 Manfaat Penelitian .....	15
1.6.1 Secara Teoritis .....	15
1.6.2 Secara Praktis.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>17</b>
2.1 Kajian Teori .....	17
2.1.1 Kualitas Produk.....	17
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk .....	17
2.1.1.2 Indikator Kualitas Produk.....	18
2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	19
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	19
2.1.2.2 Indikator <i>Brand Image</i> .....	19
2.1.3 <i>Word of Mouth</i> .....	21
2.1.3.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i> .....	21

2.1.3.2	Indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	21
2.1.4	Keputusan Pembelian .....	22
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.4.2	Indikator Keputusan Pembelian .....	23
2.2	Penelitian Terdahulu .....	24
2.3	Kerangka Pemikiran .....	27
2.4	Hipotesis Penelitian.....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	29
3.2	Sifat Penelitian .....	29
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	29
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	29
3.3.2	Periode Penelitian.....	29
3.4	Populasi dan Sampel .....	30
3.4.1	Populasi .....	30
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	31
3.4.3	Teknik Sampling .....	32
3.5	Sumber Data .....	33
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6.1	Instrumen Pengumpulan Data.....	33
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	35
3.8	Metode Analisis Data .....	36
3.8.1	Analisis Deskriptif .....	37
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	38
3.8.2.1	Uji Validitas Data.....	38
3.8.2.2	Uji Reliabilitas .....	39
3.8.3	Uji Asumsi Klasik .....	39
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	39
3.8.3.2	Uji Heteroskedastisitas .....	40
3.8.3.3	Uji Multikolinearitas .....	40
3.8.4	Uji Pengaruh .....	40
3.8.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	41

3.9	Uji Hipotesis .....	42
3.9.1	Uji t (Parsial).....	42
3.9.2	Uji F (Simultan) .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>45</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian .....	45
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	45
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Konsumen .....	45
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian Ulang .....	48
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	48
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1) .....	50
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	51
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	52
4.3.4	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	53
4.4	Analisis Data.....	54
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	54
4.4.1.1	Hasil Uji Validitas.....	54
4.4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas Data .....	57
4.4.2	Uji Asumsi Klasik .....	59
4.4.2.1	Hasil Uji Normalitas.....	59
4.4.2.2	Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
4.4.2.3	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	62
4.4.3	Uji Pengaruh .....	63
4.4.3.1	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	63
4.4.3.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65
4.5	Uji Hipotesis .....	66
4.5.1	Hasil Uji Parsial ( Uji T ).....	66
4.5.2	Hasil Uji Stimulan ( Uji F ) .....	67
4.6	Pembahasan .....	68
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	68
4.6.2	Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian .....	69
4.6.3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	69

4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	70
4.7.1	Implikasi Teoritis .....	70
4.7.2	Implikasi Praktis .....	71
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>72</b>
5.1	Simpulan.....	72
5.2	Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>xv</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>xviii</b>
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Top 10 Body Lotion Lokal 1-15 September 2022 Official Store Shopee & Tokopedia.....	8
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran.....	27
<b>Gambar 4.1</b> Histogram Normalitas .....	59
<b>Gambar 4.2</b> Hasil Uji Normalitas (P-P plot).....	60

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Data Retur Penjualan PT Sukses Jaya Indah Periode Januari (2023) September (2023) .....	6
<b>Tabel 1.2</b> Data Penjualan Herborist PT. Sukses Jaya Indah.....	11
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	25
<b>Tabel 3.1</b> Periode Penelitian .....	30
<b>Tabel 3.2</b> Operasional Variabel .....	36
<b>Tabel 4.1</b> Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
<b>Tabel 4.2</b> Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	46
<b>Tabel 4.3</b> Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
<b>Tabel 4.4</b> Identitas Responden Berdasarkan Pembelian Ulang .....	48
<b>Tabel 4.5</b> Kriteria Analisis Deskriptif .....	50
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	50
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Image.....	51
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Analisis Deskriptif Variabel Word of Mouth.....	52
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	53
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Kualitas Produk (X1) ....	55
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Brand Image (X2) .....	56
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Word Of Mouth (X3) ....	56
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	57
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden.....	58
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	61
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Heterokedastisitas .....	63
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	64
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	65
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Uji T .....	66
<b>Tabel 4.21</b> Hasil Uji F .....	68

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Rumus Slovin.....	31
<b>Rumus 3.2</b> <i>Rentang Skala</i> .....	37
<b>Rumus 3.3</b> Korelasi <i>Pearson Product Moment</i> .....	38
<b>Rumus 3.4</b> <i>Cronbach Alpha</i> .....	39
<b>Rumus 3.5</b> Analisis Regresi linear Berganda .....	41
<b>Rumus 3.6</b> Rumus uji t-hitung.....	43
<b>Rumus 3.7</b> hitung uji-f hitung.....	44
<b>Rumus 4.1</b> Rentang Skala .....	49
<b>Rumus 4.2</b> R Tabel .....	55