

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN NOERA COLLAGENT
DRINK DI TIKTOK**

SKRIPSI



**Oleh :
Miftachul Hasanah.S
200910286**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN NOERA COLLAGENT
DRINK DI TIKTOK**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Miftachul Hasanah.S
200910286**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawa ini saya :

Nama : Miftachul Hasanah.S
NPM : 200910286
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Pengalaman Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Noera Collagent Drink di Tiktok”.adalah hasil karya dari sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam 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 pernyataan di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana 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, 14 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Miftachul Hasanah.S

200910286

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN NOERA COLLAGENT
DRINK DI TIKTOK**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Miftachul Hasanah.S
200910286**

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

Batam, 15 Januari 2024



M. Khoiri, S.Pd., M.Pd.

Pembimbing



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh citra merek, kualitas produk, dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian Noera Collagen Drink di TikTok. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Sagulung Kota Batam yang menggunakan produk Noera Collagent Drink pada tahun 2023 yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Teknik penarikan sampel menggunakan rumus Jacob Cohen, yang menghasilkan 204 responden yang dipilih secara sengaja. Proses analisis data melibatkan serangkaian langkah, termasuk uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh sebesar 35,5% terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 20,7% terhadap keputusan pembelian. Pengalaman pelanggan memiliki pengaruh sebesar 35,8% terhadap keputusan pembelian. Analisis Koefisien determinasi (R^2) menegaskan bahwa keseluruhan citra merek, kualitas produk, dan pengalaman pelanggan mampu menjelaskan 53,3% variasi dalam keputusan pembelian. Hasil dari uji t dan uji F menegaskan bahwa citra merek, kualitas produk, dan pengalaman pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian Noera Collagen Drink di TikTok.

Kata kunci: *Citra Merek, Kualitas Produk, Pengalaman Pelanggan, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This research aims to investigate the influence of brand image, product quality and customer experience on purchasing decisions for Noera Collagen Drink on TikTok. The population of this research is the people of Sagulung, Batam City who use Noera Collagent Drink products in 2023, the exact number of which is not known. The sampling technique used the Jacob Cohen formula, which resulted in 204 respondents who were selected deliberately. The data analysis process involves a series of steps, including data quality testing, classical assumption testing, and hypothesis testing. The results of multiple linear regression analysis show that brand image has an influence of 35.5% on purchasing decisions. Product quality has an influence of 20.7% on purchasing decisions. Customer experience has an influence of 35.8% on purchasing decisions. Analysis of the coefficient of determination (R^2) confirms that overall brand image, product quality and customer experience are able to explain 53.3% of the variation in purchasing decisions. The results of the t test and F test confirm that brand image, product quality and customer experience have a positive and significant influence, both partially and simultaneously on the decision to purchase Noera Collagen Drink on TikTok.


Keywords: Brand Image, Product Quality, Customer Experience, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Pengalaman Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Noera Collagent Drink Di Tiktok”. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan Sarjana (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, yang telah menghabiskan banyak waktu, tenaga, dll. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. M. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. Selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., MIKom. selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. M. Khoiri, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. Selaku Pembimbing Akademik pada program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
6. Kedua orangtua saya Hatta Siregar dan Siti Salbiah yang selalu mendukung dan memberikan saya semangat dalam penyusunan skripsi saya.
7. Kaka saya Ina, dan adek-adek saya Pii yang juga selalu memberikan saya semangat untuk menyusun skripsi ini.
8. Sahabat saya Fatma, Tami, Bela, Oca, yang selalu memberi semangat untuk saya dan mendukung saya selalu dalam menyusun skripsi ini, dan
9. Teman saya Renita Gultom dan Yuni Rezude yang sudah membantu saya dalam menyusun skripsi ini.

Batam, 15 Januari 2024



Miftachul Hasanah.S



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kajian Teori	10
2.1.1. Citra Merek	10
2.1.1.1. Definisi Citra Merek	10
2.1.1.2. Faktor-Faktor Citra Merek	10
2.1.1.3. Indikator Citra Merek.....	11
2.1.2. Kualitas Produk.....	12
2.1.2.1 Definisi Kualitas Produk	12
2.1.2.2. Faktor-Faktor Kualitas Produk.....	12
2.1.2.2. Indikator Kualitas Produk	13
2.1.3. Pengalaman Pelanggan.....	14
2.1.3.1. Definisi Pengalaman Pelanggan.....	14
2.1.3.2. Faktor-faktor Pengalaman pelanggan	14
2.1.3.3. Indikator Pengalaman Pelanggan	15
2.1.4. Keputusan Pembelian	16
2.1.4.1. Definisi Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4.2. Faktor-faktor Keputusan pembelian.....	17
2.1.4.3. Indikator Keputusan Pembelian	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	22
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.3. Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	22

2.3.4. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4 Kerangka Pemikir.....	23
2.5 Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Sifat Penelitian	25
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	25
3.3.2 Periode Penelitian.....	25
3.4 Operasional Variabel.....	26
3.5 Populasi dan Sampel	28
3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	30
3.7 Metode Analisis Data	31
3.7.1 Analisis Deskriptif	31
3.7.2 Uji Kualitas Data.....	32
3.7.2.1 Uji Validitas	32
3.7.2.2 Uji Reliabilitas	32
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.3.1 Uji Normalitas	33
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	34
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.7.4 Uji Pengaruh	35
3.7.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.7.4.2 Analisis Koefisien Determinan (R^2)	36
3.7.5 Uji Hipotesis	36
3.7.5.1 Uji T (Uji Parsial).....	36
3.7.5.2 Uji F (Uji Simultan)	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	39
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	41
4.3 Deskripsi Jawaban Rerponden	41
4.3.1 Citra Merek (X^1)	41
4.3.2 Kualitas Produk (X^2).....	42
4.3.3 Pengalaman Pelanggan (X^3).....	43
4.3.4 Keputusan Pembelian (Y)	44
4.4 Analisis Data	45
4.4.1 Uji Instrumen	45
4.4.1.1 Uji Validitas.....	45
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	47
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	48
4.4.2.1 Uji Normalitas.....	48

4.4.2.2 Uji Multikolonieritas	50
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	51
4.5 Uji Pengaruh	52
4.5.1 Uji Analisis Linear Berganda	52
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi R^2	53
4.6 Pengujian Hipotesis	54
4.6.1 Uji T	54
4.6.2 Uji F	55
4.7 Pembahasan	56
4.7.1 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.7.3 Pengaruh Pengalaman Pelanggan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.7.4 Pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2) dan Pengalaman Pelanggan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.8 Implikasi Hasil Penelitian	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Simpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Data Penjualan Produk Minuman Kolagen Tahun 2019-2023	3
Gambar 1. 2	Kualitas Produk	4
Gambar 1. 3	Pengalaman Pelanggan	5
Gambar 1. 4	Keputusan Pembelian	6
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikir	23
Gambar 4. 1	Diagram Histogram	48
Gambar 4. 2	Normal P-Plot	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	19
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	25
Tabel 3. 2 Variabel Operasional.....	27
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	30
Tabel 3. 4 Rentang Skala	32
Tabel 4. 1 Jenis kelamin Responden.....	40
Tabel 4. 2 Usia Responden	40
Tabel 4. 3 Lama Penggunaan responden	41
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Mengenai Citra Merek	41
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Mengenai Kualitas Produk.....	42
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Mengenai Pengalaman Pelanggan	43
Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner Mengenai Keputusan Pembelian	44
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Validitas Citra Merek (X^1).....	45
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk (X^2)	46
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Validitas Pengalaman Pelanggan (X^3).....	46
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Reabilitas	47
Tabel 4. 13 Uji Kolmogrov Smirnav	49
Tabel 4. 14 Uji Multikoloniearitas.....	50
Tabel 4. 15 Uji Gletser.....	51
Tabel 4. 16 Uji Analisis Linear Berganda.....	52
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4. 18 Uji T X_1 Terhadap Y.....	54
Tabel 4. 19 Uji T X_2 Terhadap Y.....	54
Tabel 4. 20 Uji T X_3 terhadap Y.....	55
Tabel 4. 21 Uji F	56

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Jacob Cohen.....	29
Rumus 3. 2 Rentang Skala	31
Rumus 3. 3 Alpha Cronbach's	33
Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda.....	35
Rumus 3. 5 T Hitung	37
Rumus 3. 6 F Hitung.....	38