

**PENGARUH CITRA MEREK, *WORD OF MOUTH* DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK BENINGS SKINCARE DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Nia Vianita Pasaribu
200910209**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, *WORD OF MOUTH* DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK BENINGS SKINCARE DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Nia Vianita Pasaribu
200910209**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Nia Vianita Pasaribu
NPM : 200910209
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

“PENGARUH CITRA MEREK, *WORD OF MOUTH* DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BENINGS SKINCARE DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengatahuan 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 skripsi 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, 24 Januari 2024



Nia Vianita Pasaribu
200910209

**PENGARUH CITRA MEREK, *WORD OF MOUTH* DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK BENINGS SKINCARE DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Nia Vianita Pasaribu
200910209**

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

Batam, 24 Januari 2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "David Humala Sitorus", with a horizontal line underneath.

**David Humala Sitorus, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Pada era globalisasi yang sudah sangat berkembang ini, dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat, yang mengacu pada fakta bahwa mereka semua memiliki tingkat persaingan atau daya saing yang cukup kuat dan ketat, pertumbuhan dan perkembangan ekonomi membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat dari era yang sebelumnya, termasuk dalam industri *skincare*. Banyak perusahaan yang memproduksi dan menawarkan berbagai macam jenis produknya secara kreatif dan inovatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, word of mouth dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk benings skincare di Kota Batam. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 11.238 responden. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menemukan hubungan antar variabel dalam suatu populasi. Sifat dari penelitian ini berbentuk replikasi. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang di dapatkan dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden menggunakan skala likert dan kemudian di analisis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, untuk uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinearitas, untuk uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji f dengan bantuan SPSS 25. Hasil yang didapat dari uji t adalah citra merek, word of mouth dan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Benings skincare di Kota Batam. Hasil uji f yang di dapat bahwa secara simultan citra merek, word of mouth dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Benings skincare di Kota Batam.

Kata Kunci: Citra Merek, *Word Of Mouth*, Keragaman Produk dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

In this highly developed era of globalization, the business world is experiencing very rapid development, which refers to the fact that they all have a fairly strong and tight level of competition or competitiveness, economic growth and development makes competition between companies even tighter than in the previous era, including in the skincare industry. Many companies produce and offer various types of products creatively and innovatively. The aim of this research is to determine the influence of brand image, word of mouth and product diversity on purchasing decisions for benning skincare products in Batam City. The population in this study was 11,238 respondents. The sample in this study consisted of 100 respondents. The sampling technique uses the Slovin formula. This type of research is quantitative research which aims to find relationships between variables in a population. The nature of this research is replication. The data used are primary data and secondary data obtained by distributing questionnaires to respondents using a Likert scale and then analyzed using validity and reliability tests. To test the classical assumptions in this research using the normality test, heteroscedasticity test, and multicollinearity test, to Hypothesis testing in this research is multiple linear regression analysis test, coefficient of determination test, t test and f test with the help of SPSS 25. The results obtained from the t test are that brand image, word of mouth and product diversity influence purchasing decisions for Benings skincare products in Batam city. The results of the f test show that simultaneously brand image, word of mouth and product diversity have a significant effect on purchasing decisions for Benings skincare products in Batam City.

Keywords: *Brand Image, Word Of Mouth, Product Diversity and Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen 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 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. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan arahan, masukan, ilmu, dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa;
7. Perusahaan yang turut membantu dalam memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk penyusunan skripsi ini;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karunia-Nya, Amin.

Batam, 24 Januari 2024



Nia Vianita Pasaribu
NPM. 200910209



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan 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	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Citra Merek.....	11
2.1.2 <i>Word Of Mouth</i>	15
2.1.3 Keragaman Produk	17
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian.....	26
2.3.2 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.3 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.4 Pengaruh Citra Merek, <i>Word Of Mouth</i> dan Daya Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Sifat Penelitian.....	30

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	30
3.3.1 Lokasi Penelitian	30
3.3.2 Periode Penelitian	31
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.4.1 Populasi	31
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	32
3.4.2 Teknik <i>Sampling</i>	34
3.5 Sumber Data	34
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7 Operasional Variabel	35
3.8 Metode Analisis Data.....	37
3.8.1 Analisis Deskriptif	38
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	39
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	40
3.8.4 Uji Pengaruh	42
3.9 Uji Hipotesis.....	43
3.9.1 Uji t (Secara Parsial)	43
3.9.2 Uji F (Secara Simultan).....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Profil Responden	45
4.2.2 Analisis Deskriptif	47
4.2.3 Hasil Uji Kualitas Data	53
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.2.5 Hasil Uji Pengaruh.....	62
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis	64
4.3 Pembahasan	66
4.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.3.2 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.3.3 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.3.4 Pengaruh Citra Merek, <i>Word Of Mouth</i> dan Keragaman Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.4 Implikasi Hasil Penelitian	68
4.4.1 Implikasi Teoritis.....	68
4.4.2 Implikasi Praktis.....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Simpulan.....	70
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	
Lampiran 2. Data Profil Responden	
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Produk Benings Skincare	3
Gambar 1.2 <i>Top Brand Award</i> Klinik Kecantikan Dan Perawatan Kulit	4
Gambar 1.3 10 <i>Brand Skincare</i> Terlaris Di <i>E-commerce</i>	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Uji Normalitas Kurva Histogram	59
Gambar 4.2 Uji Normalitas <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized</i>	60
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Scatter Plot</i>	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	31
Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Perempuan Berdasarkan Kelompok Umur Di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam 2022	32
Tabel 3.3 Skor Jawaban Kuesioner.....	35
Tabel 3.4 Operasional Tabel	36
Tabel 3.5 Rentang Skala	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	47
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Reponden Variabel <i>Word Of Mouth</i>	48
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Keragaman Produk	50
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Citra Merek	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i>	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keragaman Produk.....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>One –Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Linear Berganda	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial).....	64
Tabel 4.18 Hasil Uji F	66

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin	33
Rumus 3.2 Rentang Skala.....	38
Rumus 3.3 Uji Validitas	39
Rumus 3.4 Uji Realibilitas.....	40
Rumus 3.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42