

**PENGARUH CITRA MEREK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MARINA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



Oleh  
**Resa Desmirasari**  
200910268

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

**PENGARUH CITRA MEREK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MARINA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh  
Resa Desmirasari  
200910268**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Resa Desmirasari  
NPM : 200910268  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

**Pengaruh Citra Merek, *Electronic Word Of Mouth*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Marina di Kota Batam**

Adalah benar hasil karya saya 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 didalam naskah skripsi ini dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta proses sesuai perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 15 Januari 2024



Resa Desmirasari  
200910268

**PENGARUH CITRA MEREK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MARINA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :  
Resa Desmirusari  
200910268**

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

**Batam, 16 Januari 2024**



**Hikmah, S.E., M. Si.  
Pembimbing**



**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Di antara merek-merek perawatan kulit inovatif yang diciptakan khusus untuk kulit Asia, Tempo Scan Pacific Tbk menjadi salah satu perusahaan yang memproduksi produk perawatan kulit merek Marina. Marina kini telah menjadi produk yang menarik bagi konsumen dari semua jenis kelamin dan generasi yang memiliki memiliki tekstur yang lembut dan aroma yang menyenangkan berkat formulasi yang terinspirasi dari kekayaan alam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, *electronic word of mouth*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Kota Batam. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik survei melalui *Google form* yang disebarakan kepada pengguna Marina *hand&body lotion* dengan sampel dalam penelitian ini sebanyak 204 responden. Analisis data menggunakan teknik regresi linear berganda untuk mengukur sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen menggunakan SPSS 25. Hasil menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . *Electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,009 < 0,05$ . Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil dari analisis varians (ANOVA) menunjukkan bahwa nilai Fhitung lebih besar dari nilai Ftabel yaitu  $208,863 > 2,65$ , menunjukkan bahwa citra merek, *electronic word of mouth*, dan kualitas produk semuanya memiliki pengaruh simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Kota Batam.

**Kata Kunci:** Citra Merek, *Electronic Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*Among the innovative skin care brands created specifically for Asian skin, Tempo Scan Pacific Tbk is one of the companies that produces Marina brand skin care products. Marina has now become a product that appeals to consumers of all genders and generations with its soft texture and pleasant aroma thanks to its formulation inspired by nature's riches. This research uses a quantitative approach which aims to determine the influence of brand image, electronic word of mouth, and product quality on purchasing decisions in Batam City. The data in this study was collected using a survey technique via Google form which was distributed to Marina hand & body lotion users with a sample of 204 respondents in this study. Data analysis uses multiple linear regression techniques to measure the extent to which independent variables influence the dependent variable using SPSS 25. The results show that brand image has a significant influence on purchasing decisions with a significance of  $0.000 < 0.05$ . Electronic word of mouth has a significant effect on purchasing decisions with a significance of  $0.009 < 0.05$ . Product quality has a significant effect on purchasing decisions with a significance of  $0.000 < 0.05$ . The results of analysis of variance (ANOVA) show that the Fcount value is greater than the Ftable value, namely  $208.863 > 2.65$ , indicating that brand image, electronic word of mouth, and product quality all have a simultaneous effect on consumer purchasing decisions in Batam City.*

**Keyword:** *Brand Image, Electronic Word Of Mouth, Product Quality, Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat 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 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. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang selalu memberikan arahan dan masukan serta tidak pernah lelah memberikan 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 Universitas Putera Batam Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Terima kasih untuk kedua Orang Tua saya tercinta, Bapak Syafarudin dan Ibu Reliana Sianipar yang senantiasa mendukung dan mendoakan kesuksesan saya;
7. Terimakasih untuk adik saya, Rivaldi Afdhal Rafi yang menemani dalam menyusun skripsi;
8. Terima kasih untuk Melani Simorangkir, Marcelina, Vonny Cornellya, dan Sinta Afriani yang telah menjadi teman bertukar pikiran serta banyak membantu penulis dalam menyusun tugas akhir skripsi;
9. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
10. Terima kasih kepada diri saya sendiri, Resa Desmirasari yang luar biasa telah berhasil menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena sudah berusaha dan tidak menyerah dan terima kasih karena sudah menjadi diri saya yang membanggakan.

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

Batam, 16 Januari 2024



Resa Desmirasari  
200910268





**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

<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>iii</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>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1. 1 Latar Belakang .....	1
1. 2 Identifikasi Masalah .....	8
1. 3 Batasan Masalah.....	9
1. 4 Rumusan Masalah .....	9
1. 5 Tujuan Penelitian.....	10
1. 6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6. 1. Manfaat Teoritis.....	10
1.6. 2. Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2. 1 Kajian Teori.....	12
2. 1. 1 Citra Merek.....	12
2. 1. 2 <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	15
2. 1. 3 Kualitas Produk.....	18
2. 1. 4 Keputusan Pembelian .....	22
2. 2 Penelitian Terdahulu .....	25
2. 3 Kerangka Penelitian.....	28
2. 3. 1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2. 3. 2 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2. 3. 3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2. 3. 4 Pengaruh Citra Merek, <i>Electronic Word Of Mouth</i> , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2. 4 Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3. 1 Jenis Penelitian.....	31
3. 2 Sifat Penelitian .....	31
3. 3 Lokasi Dan Periode Penelitian .....	32
3. 3. 1 Lokasi Penelitian.....	32
3. 3. 2 Periode Penelitian.....	32
3. 4 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	33
3. 4. 1 Populasi .....	33

3. 4. 2	Teknik Penentuan Besar Sampel .....	33
3. 4. 3	Teknik <i>Sampling</i> .....	34
3. 5	Sumber Data.....	35
3. 6	Metode Pengumpulan Data .....	35
3. 7	Definisi Operasional Variabel .....	36
3. 8	Metode Analisa Data .....	38
3. 8. 1	Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3. 8. 2	Uji Kualitas instrumen .....	39
3. 8. 3	Uji Asumsi Klasik .....	40
3. 8. 4	Uji Pengaruh .....	41
3. 8. 5	Uji Hipotesis .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>44</b>
4. 1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4. 2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	45
4. 2. 1	Jenis Kelamin Responden.....	45
4. 2. 2	Usia Responden .....	45
4. 2. 3	Pekerjaan .....	46
4. 2. 4	Lama Penggunaan .....	46
4. 3	Analisis Deskriptif.....	47
4. 3. 1	Variabel Citra Merek (X1) .....	47
4. 3. 2	Variabel EWOM (X2).....	48
4. 3. 3	Variabel Kualitas Produk (X3) .....	49
4. 3. 4	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
4. 4	Uji Kualitas Data.....	52
4. 4. 1	Uji Validitas.....	52
4. 4. 2	Uji Reabilitas .....	54
4. 5	Uji Asumsi Klasik .....	54
4. 5. 1	Uji Normalitas.....	54
4. 5. 2	Uji Multikolinearitas .....	56
4. 5. 3	Uji Heteroskedastisitas.....	56
4. 6	Uji Hipotesis.....	58
4. 6. 1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
4. 6. 2	Uji T (Parsial) .....	60
4. 6. 3	Uji F (Simultan) .....	61
4. 6. 4	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	62
4. 7	Pembahasan.....	63
4. 7. 1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4. 7. 2	Pengaruh EWOM Terhadap Keputusan Pembelian .....	63
4. 7. 3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4. 7. 4	Pengaruh Citra Merek, EWOM, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4. 8	Implikasi Penelitian.....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>67</b>
5. 1	Kesimpulan .....	67
5. 2	Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>xiv</b>

**LAMPIRAN**

Lampiran 1 Pendukung Penelitian

Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Ulasan Online.....	6
<b>Gambar 1. 2</b> Ulasan Kualitas Produk .....	7
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran.....	30
<b>Gambar 4. 1</b> P-plot .....	55
<b>Gambar 4. 2</b> Scatterplot.....	57

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b>	Varian Produk Marina.....	4
<b>Tabel 1. 2</b>	Top Brand Award 2022 & 2023 .....	5
<b>Tabel 2. 1</b>	Peneitian Terdahulu .....	25
<b>Tabel 3. 1</b>	Periode Penelitian .....	33
<b>Tabel 3. 2</b>	Indikator Variabel.....	37
<b>Tabel 3. 3</b>	Rentang Skala.....	39
<b>Tabel 4. 1</b>	Jenis Kelamin Responden .....	45
<b>Tabel 4. 2</b>	Usia Responden .....	45
<b>Tabel 4. 3</b>	Pekerjaan.....	46
<b>Tabel 4. 4</b>	Lama Penggunaan.....	46
<b>Tabel 4. 5</b>	Rentang Skala.....	47
<b>Tabel 4. 6</b>	Analisis Deskriptif Citra Merek .....	47
<b>Tabel 4. 7</b>	Analisis Deskriptif EWOM.....	48
<b>Tabel 4. 8</b>	Analisis Deskriptif Kualitas Produk .....	49
<b>Tabel 4. 9</b>	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....	50
<b>Tabel 4. 10</b>	Uji Validitas Citra Merek .....	52
<b>Tabel 4. 11</b>	Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	52
<b>Tabel 4. 12</b>	Uji Validitas Kualitas Produk.....	53
<b>Tabel 4. 13</b>	Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	53
<b>Tabel 4. 14</b>	Hasil Uji Reabilitas .....	54
<b>Tabel 4. 15</b>	Uji Normalitas .....	55
<b>Tabel 4. 16</b>	Uji Multikolinearitas .....	56
<b>Tabel 4. 17</b>	Uji Glejser .....	57
<b>Tabel 4. 18</b>	Analisis Regresi Linear .....	58
<b>Tabel 4. 19</b>	Uji T .....	60
<b>Tabel 4. 20</b>	Uji F .....	61
<b>Tabel 4. 21</b>	Uji Koefisien Determinasi.....	62

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1</b> Rumus Jacob Cohen .....	34
<b>Rumus 3. 2</b> Rumus Rentang .....	38
<b>Rumus 3. 3</b> Analisis Regresi Linear.....	41
<b>Rumus 3. 5</b> Uji T.....	42