

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN EMINA DIKOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Sherly Hastuti  
200910017**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
EMINA DIKOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**Sherly Hastuti  
200910017**

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

## SURAT PERNYATAAN

### SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Sherly Hastuti  
NPM : 200910017  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN EMINA DI KOTA BATAM”**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan, 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 dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh di batalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang- undangan yang berlaku.

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

Batam, 09 Juli 2024



**Sherly Hastuti**

200910017

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN EMINA DI KOTA BATAM**

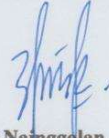
**SKRIPSI**

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

**Oleh :  
Sherly Hastuti  
200910017**

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

**Batam, 09 Juli 2024**



**Nora Pitri Nainggolan. S.E., M.Si  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian Emina di Kota Batam dipengaruhi oleh kualitas produk, kepercayaan dan citra merek. Pengguna yang telah menggunakan produk Emina merupakan populasi yang digunakan, meskipun tidak jelas berapa banyak. Dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling* dan rumus *Lemeshow* digunakan dalam proses pengambilan sampel, sehingga menghasilkan perhitungan total 100 responden. Data dianalisis menggunakan model regresi linier berganda yang melalui pengujian uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa 21,5% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian sebesar 11,1%. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek sebesar 77,3%. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ), kualitas produk, kepercayaan dan citra merek dapat menjelaskan bahwa 79,6% dari variasi dalam keputusan pembelian. Selain itu uji t dan uji f menunjukkan bahwa variable kualitas produk dan citra merek secara parsial dan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Emina di Kota Batam, sedangkan kepercayaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Emina di Kota Batam. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan produk Emina di masa mendatang.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kepercayaan, Citra Merek, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*The aim of this research is to find out how Emina's purchasing decisions in Batam City are influenced by product quality, trust and brand image. Users who have utilized Emina Products make up the population, albeit it's not clear how many. Using a purposive sample approach, the Lemeshow formula was utilized in the sampling process, yielding a total calculation of 100 respondents. Data were analyzed using a multiple linier regression through data quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis test. The results of multiple linier regressions analysis show that 21,5% of purchasing decisions are influenced by product quality. The influence of trust on purchasing decisions is 11,1%. Purchasing decisions are influenced by brand image by 77,3%. Based on the results using the coefficient of the determination ( $R^2$ ) product quality, trust and brand image can explain 79,6% of the variation in purchasing decisions. Apart from tht, the  $t$  test and  $f$  test show that the product quality and brand image variables partially and simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions for Emina in Batam City, while trust has an insignificant positive effect on purchasing decisions for Emina in Batam City. The results of this research can be used to develop Emina Products in the future*

**Keyword:** *Product quality, Trsust, Brand Image, Purchasing Decisions*

## **KATA PENGANTAR**

Penulis mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, 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 kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran dari berbagai pihak. Penulis juga menyadari bahwa tanpa bantuan dan nasehat dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan 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, Fakultas Ilmu Social dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M. Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis.
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan penulis dan memberikan dukungan yang tiada henti.
7. Responden yang telah membantu penulis dalam mengisi kuesioner yang dapat membantu dalam proses penelitian.
8. Teman-teman seangkatan penulis yang telah mendukung dan memberi semangat selama proses pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin

Batam, 09 Juli 2024

Sherly Hastuti





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</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>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah .....	9
1.4. Rumusan Masalah.....	10
1.5. Tujuan Penelitian .....	10
1.6. Manfaat Penelitian .....	11
1.6.1. Manfaat Teoritis .....	11
1.6.2. Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Kajian Teori .....	12
2.1.1. Kualitas Produk .....	12
2.1.2. Kepercayaan .....	16
2.1.3. Citra Merek .....	20
2.1.4. Keputusan Pembelian .....	24
2.2. Penelitian Terdahulu .....	28
2.3. Kerangka Pemikiran .....	31
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	32

2.3.4. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4. Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian .....	40
3.2. Sifat Penelitian.....	40
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian .....	41
3.3.1. Lokasi Penelitian .....	41
3.3.2. Periode Penelitian .....	41
3.4. Populasi dan Sampel.....	42
3.4.1. Populasi .....	42
3.4.2. Teknik Besar Penentuan Sampel .....	42
3.4.3. Teknik Sampling.....	43
3.5. Sumber Data .....	44
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	44
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	45
3.7.1. Variabel Independen (Variabel Bebas).....	46
3.7.2. Variabel Dependen (Variabel Tergantung).....	47
3.8. Metode Analisis Data.....	47
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	48
3.8.2. Uji Kualitas Data .....	48
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	50
3.8.4. Uji Pengaruh .....	52
3.9. Uji Hipotesis .....	53
3.9.1. Uji T (Uji Parsial) .....	53
3.9.2. Uji F (Uji Stimulan).....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden .....	56
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	57
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Telah Menggunakan Produk Emina.....	59

4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Dari Mana Mengenal Produk Emina 60	
4.3. Deskripsi Jawaban Responden .....	60
4.3.1. Variabel Kualitas Produk (X1).....	61
4.3.2. Variabel Kepercayaan (X2).....	62
4.3.3. Variabel Citra Merek (X3) .....	62
4.3.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	63
4.4. Analisis Data.....	64
4.4.1. Uji Kualitas Data .....	64
4.4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	68
4.4.3. Hasil Uji Pengaruh.....	72
4.5. Hasil Hipotesis.....	74
4.5.1. Hasil Uji T (Parsial).....	74
4.5.2. Hasil Uji F (Simultan) .....	76
4.6. Pembahasan .....	77
4.6.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.6.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.6.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
4.6.4. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.7. Implikasi Hasil Penelitian.....	79
4.7.1. Implikasi Teoritis .....	79
4.7.2. Implikasi Praktis .....	79
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan.....	81
5.2. Saran .....	81

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN I PENDUKUNG PENELITIAN**

#### **LAMPIRAN II DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

#### **LAMPIRAN III SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1. 1</b> Keluhan Konsumen Terkait Produk Sunscreen Emina .....	6
<b>Gambar 1. 2</b> Brand Skincare Produk Sunscreen Tahun 2022.....	7
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Penelitian.....	33
<b>Gambar 4. 1</b> Logo PT Paragon Technology and Innovation .....	55
<b>Gambar 4. 2</b> Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
<b>Gambar 4. 3</b> Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
<b>Gambar 4. 4</b> Identitas Responden Berdasarkan Berapa Kali Telah Menggunakan Produk Emina.....	59
<b>Gambar 4. 5</b> Identitas Responden Berdasarkan Dari Mana Mengetahui Produk Emina .....	60
<b>Gambar 4. 6</b> Hasil Pengujian Normalitas (Histogram).....	69
<b>Gambar 4. 7</b> Hasil Pengujian Normal P-P Plot.....	69
<b>Gambar 4. 8</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot).....	71

## DAFTAR TABEL

Halaman

<b>Tabel 1. 1</b>	Review Sunscreen Emina dari Youtuber dan TikTok .....	5
<b>Tabel 2. 1</b>	Penelitian Terdahulu .....	29
<b>Tabel 3. 1</b>	Periode Penelitian .....	41
<b>Tabel 3. 2</b>	Skala Likert.....	45
<b>Tabel 3. 3</b>	Operasional Variabel X.....	46
<b>Tabel 3. 4</b>	Operasional Variabel Y .....	47
<b>Tabel 4. 1</b>	Skor Indikator Variabel Kualitas Produk (X1) .....	61
<b>Tabel 4. 2</b>	Skor Indikator Variabel Kepercayaan (X2) .....	62
<b>Tabel 4. 3</b>	Skor Indikator Variabel Citra Merek (X3).....	63
<b>Tabel 4. 4</b>	Skor Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	64
<b>Tabel 4. 5</b>	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	65
<b>Tabel 4. 6</b>	Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2) .....	65
<b>Tabel 4. 7</b>	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X3).....	66
<b>Tabel 4. 8</b>	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	67
<b>Tabel 4. 9</b>	Hasil Uji Reliabilitas.....	68
<b>Tabel 4. 10</b>	Hasil Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov .....	70
<b>Tabel 4. 11</b>	Hasil Uji Multikolinearitas .....	71
<b>Tabel 4. 12</b>	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
<b>Tabel 4. 13</b>	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	74
<b>Tabel 4. 14</b>	Hasil Uji T .....	75
<b>Tabel 4. 15</b>	Hasil Uji F (Simultan) .....	76

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Rumus Lemeshow .....	42
<b>Rumus 3.2</b> Regresi Linier Berganda .....	52