

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MEMBELI SUNCREEN WARDAH DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Devi Uliyanti N
200910188**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MEMBELI SUNCREEN WARDAH DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana



Oleh
Devi Uliyanti N
200910188

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Devi Uliyanti N
NPM : 200910188
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “SKRIPSI” yang saya buat dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SUNSCREEN
WARDAH DI KOTA BATAM**

adalah hasil karya 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 di dalam 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 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, 12 Juli 2024

Yang menyatakan.



Devi Uliyanti N
200910188

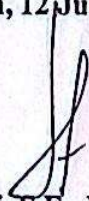
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND
IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MEMBELI SUNSCREEN WARDAH
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Devi Uliyanti N
200910188**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini
Batam, 12 Juli 2024**



**Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D.
Pembimbing**



ABSTRAK

Studi ini dilakukan untuk menjelajahi dan memahami tantangan umum yang dihadapi dalam penjualan Wardah Sunscreen di Kota Batam, khususnya terkait dengan persepsi terhadap Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi. Tujuan utama dari studi ini adalah untuk secara metodis menganalisis pengaruh dari tiga variabel utama: Kualitas (X1), Citra Merek (X2), dan Promosi (X3) terhadap proses pengambilan keputusan pembelian konsumen (Y). Sampel terdiri dari 100 individu dari masyarakat Batam, yang semuanya merupakan pengguna kosmetik Wardah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah replica sampling, suatu variasi dari non-probability sampling, untuk memilih partisipan yang tepat untuk studi ini. Data dikumpulkan melalui serangkaian kuesioner yang diisi oleh pengguna kosmetik Wardah. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa ketika variabel-variabel ini dipertimbangkan bersama-sama, keputusan pembelian dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi.

Kata Kunci : Kualitas; Citra Merek; Promosi; Keputusan pembelian

ABSTRACT

This study was conducted to explore and understand the common challenges faced in the sale of Wardah Sunscreen in Batam City, particularly related to perceptions of Product Quality, Brand Image, and Promotion. The primary objective of this study was to methodically analyze the influence of three main variables: Quality (X1), Brand Image (X2), and Promotion (X3) on the consumer purchase decision-making process (Y). The sample comprised 100 individuals from the Batam community, all of whom are users of Wardah cosmetics. The sampling technique used was replica sampling, a variation of non-probability sampling, to select appropriate participants for the study. Data was collected through a series of questionnaires filled out by Wardah cosmetics users. The findings of this study indicate that when these variables are considered together, purchase decision is influence of Quality of Product, Brand Image, and Promotion.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Promotion, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

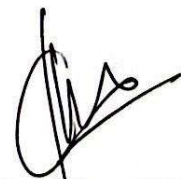
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

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 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 Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. selaku Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Bapak dan Ibu Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan;
7. Teristimewa kepada kedua orangtua tercinta, Bapak Pasihar Nainggolan dan Ibu Sunarti Simatupang atas segala kasih sayang, motivasi, perhatian, doa serta dorongan secara finansial dan moril. Sehingga menjadi tempat untuk yang nyaman berbagi suka dan duka selama masa perkuliahan;
8. Teristimewa kepada Kevin Nabot Purba yang telah membantu serta menjadi tempat untuk yang nyaman berbagi suka dan duka selama masa perkuliahan;
9. Teristimewa kepada March Dora, Novi Triana, Tasya Vranciska dan Dilan Sanjaya yang ikut membantu serta memberikan doa dan dukungan kepada penulis;
10. Teristimewa kepada Nadya Febrianty dan Aini Noorisma yang sudah membantu sekaligus memberikan hiburan serta tawa kepada penulis;
11. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

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

Batam, 18 Juli 2024



Devi Uliyanti N
200910188



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Manfaat Teoritis.....	7
1.7 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Kualitas Produk	8
2.1.1.2 Tahapan Mengelola Kualitas Produk	9
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk	10
2.1.2 Brand Image	11
2.1.2.1 Pengertian Brand Image	11
2.1.2.2 Pengukuran Brand Image	12
2.1.2.3 Komponen Brand Image	13
2.1.2.4 Indikator Brand Image	14
2.1.3 Promosi.....	15
2.1.3.1 Pengertian Promosi	15
2.1.3.2 Tujuan Promosi.....	16
2.1.3.3 Cara Membuat Promosi Yang Efektif	17
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.1 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.1.4.2 Indikator Dalam Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4 Hipotesis.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Sifat Penelitian.....	30
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	30
3.3.2 Periode Penelitian.....	30

3.4	Populasi dan Sampel	31
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	32
3.4.3	Teknik Sampling	33
3.5	Sumber Data	33
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	35
3.8	Metode Analisis Data.....	37
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	37
3.8.2.1	Uji Validitas.....	37
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	38
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8.3.1	Uji Normalitas	39
3.8.3.2	Uji Multikolinieritas	39
3.8.3.3	Uji Heteroskedastitas.....	40
3.8.4	Uji Pengaruh	40
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.8.5	Uji Hipotesis	42
3.8.5.1	Uji t (Regresi Parsial).....	42
3.8.5.2	Uji F (Regresi Simultan).....	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian	44
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	45
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	45
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	46
4.3.3	Promosi.....	49
4.3.4	Keputusan Pembelian.....	50
4.4	Analisis Data.....	51
4.4.1.2	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image.....	52
4.4.1.3	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	53
4.4.1.4	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	53
4.4.2	Uji Realibilitas Data.....	54
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.4.3.1	Uji Normalitas Data	55
4.4.3.2	Uji Multikolinearitas	57
4.4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.4.4	Uji Pengaruh	58
4.4.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
4.4.4.2	Analisis Koefisien Determinasi.....	59
4.5	Uji Hipotesis	60
4.5.2	Uji F.....	61
4.6	Pembahasan	62
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.6.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.7	Implikasi Penelitian	63
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1	Kesimpulan	64

5.2	Saran.....	65
	DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	30
Gambar 4.1 Grafik Normal P Plot	59
Gambar 4.2 Grafik Histogram	60
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis Sunscreen Wardah.....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 3.2	Pemberian Nilai Kuisisioner	37
Tabel 3.3	Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4	Skor Indikator Variabel Kualitas Produk (X1).....	50
Tabel 4.5	Skor Indikator Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	51
Tabel 4.6	Skor Indikator Variabel Promosi (X3)	52
Tabel 4.7	Skor Indikator Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.8	Skor Indikator Variabel Kualitas Produk	55
Tabel 4.9	Skor Indikator Variabel <i>Brand Image</i>	55
Tabel 4.10	Skor Indikator Variabel Promosi.....	56
Tabel 4.11	Skor Indikator Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.12	Hasil Uji Realibilitas	58
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	60
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.15	Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4.16	Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4.17	Hasil Uji T	65
Tabel 4.18	Hasil Uji F	66

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow.....	34
Rumus 3.2 Korelasi Pearson Product Moment.....	40
Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda	44
Rumus 3.4 Koefisien Determinasi	45
Rumus 3.5 Uji t	45
Rumus 3.6 Uji f.....	46