

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE NAAVAGREEN DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

Fuzi Indah Nelan Siregar

200910199

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

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE NAAVAGREEN DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh :

Fuzi Indah Nelan Siregar

200910199

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Fuzi Indah Nelan Siregar
NPM : 200910199
Fakultas : Ilmu sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" ini saya buat dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE NAAVAGREEN DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari hasil karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali saya yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan 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 dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 12 Juli 2024


Fuzi Indah Nelan Siregar
200910199

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE NAAVAGREEN DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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

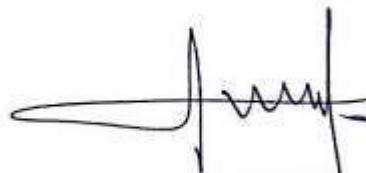
Oleh :

Fuzi Indah Nelan Siregar

200910199

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 12 Juli 2024



Dr. Wasiman, S.E., M.M



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, promosi Dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare Naavagreen di kota Batam. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik kuantitatif. Sampel penelitian digunakan sebanyak 109 responden yakni seluruh pelanggan klinik kecantikan Naavagreen yang membeli produk Naavagreen dan berada di Kecamatan Batam Kota, dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner dengan menggunakan skala likert. Dengan menggunakan software SPSS 25. Hasil uji t menunjukkan bahwa citra merek $4,516 > 1,966$ dengan sig $0.001 < 0.05$ membuktikan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. citra merek $4,516 > 1,966$ dengan sig $0.000 < 0.05$ membuktikan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan citra merek $4,516 > 1,966$ dengan sig $0.008 < 0.05$ membuktikan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi citra merek, promosi, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare Naavagreen di kota Batam sebesar 80,2 %. Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan bahwa citra merek, promosi, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Naavagreen di kota Batam.

Kata Kunci : Citra merek, Pomosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of brand image, promotion and product quality on the purchase decision of Naavagreen skincare in the city of Batam. This research was conducted using quantitative techniques. The research sample was used as many as 109 respondents, namely all customers of Naavagreen beauty clinics who bought Naavagreen products and were located in Batam Kota District, using purposive sampling techniques. The data collection technique is through the distribution of questionnaires using a Likert scale. By using SPSS 25 software. The results of the t-test showed that the brand image of 4,516 >1,966 with a sig of 0.001<0.05 proved that the brand image had a significant effect on the purchase decision. The brand image of 4,516>1,966 with a sig of 0.000<0.05 proved that the brand image had a significant effect on the purchase decision and the brand image of 4,516>1,966 with a sig of 0.008<0.05 proving that brand image has a significant influence on purchasing decisions. In addition, the results of the coefficient of determination of brand image, promotion, and product quality affect the decision to purchase Naavagreen skincare in Batam city by 80.2%. Based on the results of the hypothesis test, it was found that brand image, promotion, and product quality had a positive and significant effect on the decision to purchase Naavagreen skincare in Batam city

Keywords : *Brand image, Pomosi, Product Quality, Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dan karunia Nya, sehingga penulis telah menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi manajemen Universitas Putera Batam.

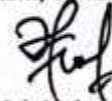
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna.

Karena itu, kritik dan saran yang membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dukungan 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 Prodi Manajemen, dan Pembimbing Akademik;
4. Bapak Dr. Wasiman, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi Prodi Manajemen;
5. Seluruh Dosen Prodi Manajemen yang sudah berjasa memberikan ilmu dalam penyelesaian kuliah ini;
6. Orang tua saya ibu A. Butar-butar dan Bapak N.Siregar yang selalu mendukung, dan memberikan upaya dalam hal motivasi dan materi untuk menyelesaikan studi;
7. Seluruh pimpinan dan karyawan Klinik kecantikan Naavagreen yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian;
8. Patner saya Michael, yang telah kebersamai saya pada hari-hari yang tidak mudah dalam proses pengerjaan tugas akhir. Terimakasih telah menjadi patner dalam perjalanan kali ini
9. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuisisioner yang dapat membantu proses penelitian;
10. Teman-teman se-angkatan penulis yang selalu menyemangati hingga selesai skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan memberikan berkat Nya selalu, Amin.

Batam, 12 Juli 2024



Fuzi Indah Nelan Siregar
200910195



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar belakang	2
1.2 Identifikasi masalah.....	13
1.3 Batasan masalah	14
1.4 Rumusan masalah.....	14
1.5 Tujuan penelitian.....	15
1.6 Manfaat penelitian.....	15
1.6.1 Manfaat teoritis.....	15
1.6.2 Manfaat praktis.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Kajian Teori.....	18
2.1.1 Citra Merek.....	18
2.1.1.2 Indikator- indikator yang membentuk Citra Merek.....	19
2.1.1.3 Faktor-faktor pembentuk Citra Merek.....	20
2.1.1.4 Fungsi dan manfaat Citra Merek	20
2.1.2 Promosi.....	21
2.1.2.2 Strategi promosi penjualan.....	22
2.1.2.3 Indikator yang membentuk promosi.....	23
2.1.2.4 Tujuan promosi.....	24

2.1.3	Kualitas Produk	24
2.1.3.2	Perspektif Kualitas Produk	25
2.1.3.3	Indikator Kualitas Produk	26
2.1.3.4	Tujuan Kualitas produk	26
2.1.4	Keputusan pembelian	27
2.1.4.2	Tahapan dalam Keputusan Pembelian.....	27
2.1.4.3	Indikator keputusan pembelian.....	28
2.1.4.4	Manfaat Keputusan Pembelian.....	29
2.2	Penelitian terdahulu.....	29
2.3.	Kerangka pemikiran	35
2.3.1.	Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	35
2.3.2.	Hubungan promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.3.	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Jenis Penelitian	39
3.2	Sifat Penelitian	40
3.3.	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	40
3.3.1.	Lokasi Penelitian	40
3.3.2	Jadwal penelitian	41
3.4	Populasi Dan Sampel Penelitian.....	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Teknik Penentuan Besar 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
3.8	Metode Analisis Data	45
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	46
3.8.2	Uji Kualitas Data	46
3.8.2.1	Uji Validitas	46
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	47
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	47
3.8.3.1	Uji Normalitas	47
3.8.3.2	Uji Multikolinieritas	47
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	48
3.8.4	Uji Pengaruh.....	48

3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.8.4.2	Analisis Determinasi (R2).....	49
3.9.	Uji Hipotesis.....	50
3.9.1.	Uji Parsial (Uji T).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1.1.	Profil Obyek Penelitian	53
4.1.2.	Gambaran Umum Perusahaan	53
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	54
4.4.	Hasil Uji Instrumen	56
4.4.1.	Uji Validitas	56
4.3.2	Uji reabilitas	59
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.2.1	Uji Normalitas	61
4.4.2.2	Uji Multikolinieritas	63
4.4.2.3.	Uji Heteroskedastisitas	64
4.4.2	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
4.4.4.	Uji t (Parsial)	65
4.5.	Pembahasan.....	69
4.5.1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan pembelian	69
4.5.2.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan pembelian	70
4.5.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian	71
4.6	Implikasi Hasil Penelitian	73
4.6.2.	Implikasi Praktis.....	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		76
5.1.	Simpulan.....	76
5.3	Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand award	7
Gambar 4.1 <i>Diagram Normal P-Plot of Regression Standardized Residual</i>	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 jenis promosi produk Naavagreen dan produk pesaing	8
Tabel 1.2 Informasi data pengunjung Naavagreen cabang Batam Center	10
Tabel 1.3 Jumlah pengunjung Naavagreen Tahun 2023.....	11
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Periode Penelitian	41
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_1).....	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Promosi (X_2)	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Keputusan pembelian.....	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas	59
Tabel 4.7 Hasil uji normalitas <i>One sample Kolmogorov-smirnov test</i>	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	63

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin	43
Rumus Uji Validitas	46
Rumus 3.2 Regresi Linear berganda (Kridaningsih, 2020: 5)	49