

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN
INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BEDAK GARNIER DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Bella Yulianti
200910123**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN
INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BEDAK GARNIER DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Bella Yulianti
200910123**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Bella Yulianti
NPM : 200910123
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BEDAK GARNIER DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya 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 di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar 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, 11 Februari 2025



Bella Yulianti

200910123

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *INFLUENCER*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BEDAK GARNIER DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh :
Bella Yulianti
200910123**

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

Batam, 11 Februari 2025



**Nora Pitri Nainggolan, SE, M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Produk kecantikan sudah menjadi bagian penting dari gaya hidup sebagian besar masyarakat, terutama mereka yang tinggal di kota besar seperti Kota Batam. Kosmetik seperti bedak padat sudah menjadi kebutuhan penting untuk perawatan sehari-hari dan memperbaiki penampilan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas produk, *brand image* dan *influencer* terhadap keputusan pembelian bedak garnier di Kota Batam. Penelitian ini melibatkan sampel sebanyak 100 peserta yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, termasuk individu yang membeli bedak garnier di Kota Batam. Data dikumpulkan melalui kuensioner yang didistribusikan kepada para konsumen tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif dengan didasari pada pendekatan kuantitatif. Berbagai uji statistik dilakukan menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa variabel kualitas produk(X1) sebesar 11.844 > dari t tabel sebesar 1.984, dengan nilai signifikasinya $0,00 < 0,05$, variabel brand image(X2) sebesar 17.357 > dari t tabel sebesar 1.984, dengan nilai signifikasinya $0,00 < 0,05$, dan variabel influencer(X3) sebesar 15.871 > dari t tabel sebesar 1.984, dengan nilai signifikasinya $0,00 < 0,05$. Kualitas produk, *brand image* dan *influencer* mempunyai pengaruh yang signifikan keputusan pembelian ditunjukan dari nilai f hitung sebesar 123.743 > dari t tabel sebesar 2,70 sedangkan nilai signifikansinya $0,00 < 0,05$. Nilai R2 sebesar 79,5% dan sisanya sebesar 20,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk kedalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Brand Image* Dan *Influencer*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Beauty products have become an important part of the lifestyle of most people, especially those who live in big cities like Batam City. Cosmetics such as pressed powder have become an important necessity for daily care and improving appearance. The aim of this research is to describe the influence of product quality, brand image and influencers on purchasing decisions for Garnier powder in Batam City. This research involved a sample of 100 participants selected based on certain criteria, including individuals who purchased Garnier powder in Batam City. Data was collected through questionnaires distributed to these consumers. This research uses descriptive techniques based on a quantitative approach. Various statistical tests were carried out using SPSS version 27. The research results can show that the product quality variable (X1) is 11,844 > from the t table of 1,984, with a significance value of $0.00 < 0.05$, the brand image variable (X2) is 17,357 > than t table is 1,984, with a significance value of $0.00 < 0.05$, and the influencer variable (X3) is 15,871 > from the t table of 1,984, with a significance value of $0.00 < 0.05$. Product quality, brand image and influencers have a significant influence on purchasing decisions as shown by the calculated f value of 123,743 > from the t table of 2.70 while the significance value is $0.00 < 0.05$. The R2 value is 79.5% and the remaining 20.5% is influenced by variables not included in this research.

Keywords: *Product Quality, Brand Image and Influencers, Purchase Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa Skripsi ini takkan wujud 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 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.MP.d selaku dosen pembimbing akademik Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E.,M.SI selaku dosen pembimbing Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
6. Dosen dan Staf Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
7. Untuk Kedua orang tua saya Ayah Yukardi dan Ibu Sukmayenti yang selalu support, selalu memberikan kasih sayang yang berlimbah kepada penulis dan selalu memberikan doa yang terbaik bagi peneliti dari awal sampai ada ditahap ini, Terima kasih banyak.

8. Untuk Fitri Mardianti, S.Kom selaku kakak kandung dan adek kandung dari penulis yang telah banyak mendukung segala segalanya sampai ada ditahap ini dan selalu memberi semangat dan doa.
9. Untuk teman-teman seangkatan ataupun teman lainnya sudah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini .
10. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan skripsi ini hingga selesai pada akhirnya. Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 6 Februari 2025



Bella Yulianti



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSRTAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Secara Teoritis	7
1.6.2 Secara Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Kualitas Produk	9
2.1.2 Pengertian Kualitas Produk	9
2.1.2.1 Kelompok Produk.....	10
2.1.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	10
2.1.3 <i>Brand image</i>	11
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand image</i>	11
2.1.3.2 Faktor <i>Brand image</i>	12
2.1.3.3 Indikator <i>Brand image</i>	14
2.1.4 <i>Influencer</i>	14
2.1.4.1 Pengertian <i>Influencer</i>	14
2.1.4.2 Ciri-Ciri <i>Influencer</i>	15
2.1.4.3 Indikator <i>Influencer</i>	16
2.1.5 Keputusan Pembelian	17
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.1.5.2 Faktor Keputusan Pembelian	18
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.3 Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Sifat Penelitian.....	25
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	25

3.3.1	Lokasi Penelitian	25
3.3.2	Periode Penelitian	26
3.4	Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1	Populasi	26
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	27
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	27
3.5	Sumber Data	28
3.6	Metode Pengumpulan Data	28
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
3.7.1	Variabel Independen (X)	30
3.7.2	Variabel Dependen (Y).....	30
3.8	Metode Analisis Data	31
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif.....	31
3.8.2	Uji Kualitas Data	31
3.8.2.1	Uji Validitas.....	31
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	32
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8.3.1	Uji Normalitas	34
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	34
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.8.4	Uji Pengaruh	35
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.9	Uji Hipotesis	37
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	37
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	39
4.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden	39
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	40
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	41
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	42
4.3.1	Deskripsi Kualitas Produk (X1)	42
4.3.2	Deskripsi <i>Brand Image</i> (X2)	44
4.3.3	Deskripsi <i>Influencer</i> (X3)	45
4.3.4	Deskripsi Keputusan Pembelian(Y)	47
4.4	Uji Kualitas Data	49
4.4.1	Uji Validitas	49
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	51
4.5	Uji Asumsi Klasik	52
4.5.1	Uji Normalitas	52
4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas	54
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
4.6	Uji Pengaruh.....	56

4.6.1	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
4.6.2	Analisis Koefisien Determinan (R^2).....	57
4.7	Uji Hipotesis.....	58
4.7.1	Uji T	58
4.7.2	Uji F.....	59
4.8	Pembahasan	59
4.8.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.8.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.8.3	Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.8.4	Pengaruh Kualitas Produk, <i>Brand Image</i> , dan <i>Influncer</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.9	Implikasi Hasil Penelitian	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		62
5.1	Simpulan.....	62
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	26
Tabel 3.2 Pemberikan Skor Kuensioner.....	29
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Tingkat Validitasi.....	32
Tabel 3.3 Indeks Koefisien Rehabilitas.....	33
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	41
Tabel 4.5 Distribusi Deskripsi Kualitas Produk.....	42
Tabel 4.6 Distribusi Deskripsi <i>Brand Image</i>	44
Tabel 4.7 Distribusi Deskripsi <i>Influencer</i>	46
Tabel 4.7 Distribusi Deskripsi Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Uji Validitas.....	50
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 4.7 Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	54
Tabel 4.8 Uji Multikolonearitas	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.10 Uji Analisis Koefisien Determinan (R^2).....	57
Tabel 4.11 Uji T	58
Tabel 4.12 Uji F	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kualitas Produk	3
Gambar 1.2 Top <i>Brand Image</i>	3
Gambar 1.3 Instagram Vanesha Prescilla.....	4
Gambar 1.4 Testimoni Konsumen Terhadap <i>Influencer</i>	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Logo Garnier.....	39
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Histogram	53
Gambar 4.3 Uji Normalitas Dengan Histogram P – P Plot.....	53

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Lameshow.....	27
Rumus 3.2 Koefisien Korelasi Product Moment	32
Rumus 3.3 Metode Cronbach Alpha	33
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda.....	36