

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*,
DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *HEAD AND SHOULDERS* DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Ernita
210910024**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*,
DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *HEAD AND SHOULDERS* DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Ernita
210910024**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Ernita
NPM : 210910024
Fakultas : Ilmu sosial dan humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HEAD AND SHOULDERS 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, 20 Januari 2025



Ernita

210910024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*,
DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *HEAD AND SHOULDERS* DI
KOTA BATAM**

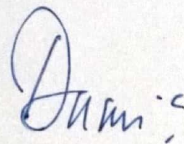
SKRIPSI

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

**Oleh
Ernita
210910024**

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

Batam, 20 Januari 2025



David Humala Sitorus, SE., MM

Pembimbing



ABSTRAK

Head and Shoulders adalah merek sampo anti-ketombe yang cukup populer di berbagai kota, termasuk di Batam. Kota Batam memiliki perusahaan yang bernama PT Sumber Sari yang terletak di JL Yos Sudarso, No. 2, Batam. Perusahaan merupakan distributor resmi Head and Shoulders di Batam. Jumlah keputusan pembelian masyarakat kota Batam atas produk Head and Shoulders mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya. Permasalahan yang mengakibatkan penurunan pada penjualan dikarenakan, kualitas produk dalam segi kandungan mengandung SLS yang bisa membuat kulit kepala yang cenderung kering dan sensitif kerap mengalami iritasi saat menggunakan sampo yang mengandung SLS. Brand image produk berada jauh di posisi nomor 10 pada pendataan TOP Brand Index dengan persentase hanya 2,90%. Inovasi kemasan pada produk memiliki desain botol yang klasik dan konsisten membuatnya mudah diidentifikasi, tetapi kurangnya variasi dalam desain atau fitur baru dapat membuatnya tampak stagnan di tengah pasar yang terus berkembang. Populasi penelitian menggunakan data jumlah penduduk Kota Batam Kecamatan Lubuk Baja sebesar 84.533 penduduk. Teknik sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan rumus Lemeshow sehingga mengetahui sampel sebanyak 100 responden. Hasil menyatakan bahwa kualitas Produk, brand image dan inovasi produk secara parsial dan simultan membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas produk, citra merek, inovasi, keputusan pembelian

ABSTRACT

Head and Shoulders is an anti-dandruff shampoo brand that is quite popular in various cities, including Batam. Batam City has a company called PT Sumber Sari which is located at JL Yos Sudarso, No. 2, Batam. The company is the official distributor of Head and Shoulders in Batam. The number of purchasing decisions made by the people of Batam City for Head and Shoulders products increases and decreases every year. The problem that resulted in a decrease in sales was due to the quality of the product in terms of content containing SLS which can cause scalps that tend to be dry and sensitive to often experience irritation when using shampoo containing SLS. The product brand image is in position number 10 in the TOP Brand Index data collection with a percentage of only 2.90%. The product's packaging innovation has a classic and consistent bottle design making it easy to identify, but a lack of variety in design or new features can make it appear stagnant in an ever-evolving market. The research population used data on the population of Batam City, Lubuk Baja District, which was 84,533 residents. The sampling technique used was purposive sampling with the Lemeshow formula so that the sample was 100 respondents. The results state that product quality, brand image and product innovation partially and simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *product quality, brand image, innovation, purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat 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 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,Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Bapak David Humala Sitorus, SE., MM., selaku pembimbing skripsi, yang telah mengarahkan penulis dengan baik dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
6. Orang tua dan keluarga serta kerabat yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan nasihat kepada penulis.
7. Semua responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan kasih dan karunia-Nya. Amin.

Batam, 20 Januari 2025



Ernita



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN UTAMA.....	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 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Kualitas Produk.....	13
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Produk	14
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk	16
2.1.2 <i>Brand Image</i>	18
2.1.2.1 Pengertian Brand Image.....	18
2.1.2.2 Peran Brand Image dalam Pemasaran.....	19
2.1.2.3 Indikator Brand Image	20
2.1.3 Inovasi Produk	22
2.1.3.1 Pengertian Inovasi Produk	22
2.1.3.2 Dampak Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif	23
2.1.3.3 Dimensi Inovasi Produk.....	24
2.1.3.4 Indikator Inovasi Produk.....	25
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	27
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	27
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Berfikir.....	36
2.3.1 Hubungan Antara Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.2 Hubungan Antara Variabel <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	37

2.3.3 Hubungan Antara Variabel Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.4 Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Sifat Penelitian	41
3.3 Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian.....	41
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	41
3.3.2 Periode Penelitian.....	42
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.4.1 Populasi	42
3.4.2 Sampel.....	42
3.5 Sumber Data.....	44
3.6 Metode Pengumpulan Data	44
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.7.1 Variabel Independen	45
3.7.2 Variabel Depeden.....	47
3.8 Metode Analisis Data.....	47
3.8.1 Analisis Deskriptif	47
3.8.2 Kualitas Data	49
3.8.2.1 Uji Validitas Data.....	49
3.8.2.2 Uji Reliabilitas Data.....	50
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.8.3.1 Uji Normalitas Data	51
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	51
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.8.4 Uji Pengaruh.....	52
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
3.8.4.2 Analisis Determinasi (R ²).....	53
3.9.1 Uji t.....	54
3.9.2 Uji F	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Profil Responden.....	56
4.1.1 Jenis Kelamin	56
4.1.2 Usia	56
4.1.3 Pendapatan.....	57
4.2 Analisis Deskriptif	58
4.2.1 Variabel Kualitas Produk (X1).....	58
4.2.2 Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	59
4.2.3 Variabel Inovasi Produk (X3).....	60
4.2.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
4.3 Analisis Data	62
4.3.1 Hasil Uji Kualitas Data	62
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas.....	62
4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	65
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	66

4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas	66
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas	67
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.3.3 Uji Pengaruh	69
4.3.3.1 Analisis Regresi Berganda	69
4.3.3.2 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	70
4.3.4 Pengujian Hipotesis	71
4.3.4.1 Uji t (Uji Parsial).....	71
4.3.4.2 Uji F (Uji Simultan)	72
4.4 Pembahasan.....	72
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.4.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.5 Implikasi Hasil Penelitian.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN	
LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Produk Head And Shoulder Pada Pt Sumber Sari	3
Gambar 1.2 Inovasi Kemasan Head & Shoulders	8
Gambar 1.3 Produk Head & Shoulders	8
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	39
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram)	66
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot)	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kualitas Produk Head And Shoulder	4
Tabel 1.2 Top Brand Index.....	6
Tabel 1.3 Strategi Inovasi Produk	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 3.2 Skala Likert	45
Tabel 3.3 Penelitian Variabel Independen.....	46
Tabel 3.4 Penelitian Variabel Operasional	47
Tabel 3.5 Rentang Skala Penelitian.....	49
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan	57
Tabel 4.4 Rentang Skala.....	58
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk	58
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Brand Image</i>	59
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Inovasi Produk.....	60
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X3)	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Kolmogorv Smirnov</i>	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas	68
Tabel 4.17 Hasil Regresi Berganda	69
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4.19 Hasil Uji T	71
Tabel 4.20 Hasil Uji F	72

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow.....	43
Rumus 3.2 Rumus Rentang Skala	48
Rumus 3.3 Rumus Pearson Product Moment.....	50
Rumus 3.4 Rumus Cronbach's Alpha	50
Rumus 3.5 Uji Multikolinearitas	51
Rumus 3.6 Regresi Linear Berganda.....	53
Rumus 3.7 Uji T	54
Rumus 3.8 Uji F	54