

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE MS GLOW BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Cholin Mutiara
210910107**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE MS GLOW BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Cholin Mutiara
210910107**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Cholin Mutiara
Npm : 210910107
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Proposal Skripsi yang saya buat dengan judul:
"Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Minat Beli Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Skincare Ms Glow Batam"

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan "Duplikasi" dari karya orang lain.
Dengan ini dapat saya pastikan bahwa di dalam naskah proposal saya ini, tidak ada
karya ilmiah atau pendapat orang lain, yang sebelumnya sudah ada di dalam karya
ilmiah dan disebutkan di dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah proposal skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur
PLAGIASI, saya bersedia naskah proposal skripsi ini digugurkan dan proposal skripsi
yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan
yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa ada unsur paksaan
dari pihak mana pun.

Batam, 10 Februari 2025



Cholin Mutiara

210910107

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE MS GLOW BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

Cholin Mutiara

210910107

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

Batam, 10 Februari 2025



Tiurniari Purba, S.E., M.M.

Pembimbing



ABSTRAK

Industri kosmetik dan perawatan kulit mengalami pertumbuhan signifikan, menjadikan produk skincare sebagai kebutuhan utama¹. Persaingan ketat di industri ini menuntut merek untuk membangun citra yang kuat serta program loyalitas pelanggan yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan minat beli terhadap keputusan pembelian produk skincare MS Glow di Batam. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis data dari 94 konsumen MS Glow di Batam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi 0,000. Sementara itu, kualitas produk dan minat beli tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Namun, secara simultan, ketiga variabel tersebut (kualitas produk, citra merek, dan minat beli) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kontribusi terbesar terhadap keputusan pembelian berasal dari citra merek. Model regresi yang digunakan mampu menjelaskan 52,8% variasi dalam keputusan pembelian. Temuan ini mengimplikasikan bahwa perusahaan harus memprioritaskan penguatan citra merek dalam strategi pemasaran mereka untuk meningkatkan keputusan pembelian produk.

Kata kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian, Dan Kualitas Produk

ABSTRACT

The cosmetics and skin care industry is experiencing significant growth, making skincare products a top need1. Fierce competition in the industry demands brands to build a strong image as well as attractive customer loyalty programs. This study aims to analyse the effect of product quality, brand image, and buying interest on the purchase decision of MS Glow skincare products in Batam. This study used quantitative methodology with multiple linear regression analysis to analyse data from 94 consumers of Ms Glow in Batam. The results showed that brand image has a significant influence on purchasing decisions, with a significance value of 0.000. Meanwhile, product quality and purchasing interest did not show a partially significant influence on purchasing decisions. However, simultaneously, these three variables (product quality, brand image, and buying interest) have a significant influence on purchasing decisions. The biggest contribution to purchasing decisions comes from the brand image. The regression Model used was able to explain 52.8% variation in purchasing decisions. These findings imply that companies should prioritize strengthening brand image in their marketing strategies to improve product purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Purchasing Decision, And Product Quality*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian yang diberikan oleh Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat dengan syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan, baik dari penulisan maupun penggunaan tata bahasa. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh sebab 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. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M., selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staf Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Para responden pengguna MS Glow Batam yang telah memberikan kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang hendak penulis lakukan.

Dengan demikian, meskipun penulis sudah memberikan yang terbaik dalam penelitian ini, masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan oleh masih minimnya ilmu yang dimiliki oleh penulis. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun, yang dapat menyempurnakan penulisan penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap agar hasil penelitian ini bermanfaat dalam pengembangan ilmu Manajemen, baik bagi praktisi maupun masyarakat. Semoga Tuhan memberkati semua yang telah mendukung penyelesaian penelitian ini.

Batam, 11 Februari 2025



Cholin Mutiara



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah	11
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.6. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat Teoris	12
2. Manfaat Praktis	12
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Teori Dasar	15
2.1.1. Kualitas Produk	15
2.1.1.1. Definisi Kualitas Produk	15
2.1.1.2. Manajemen Kualitas.....	16
2.1.1.3. Proses Kualitas	19
2.1.1.4. Manfaat Kualitas Produk.....	22
2.1.1.5. Indikator Kualitas Produk	26
2.1.2. Citra Merek	31
2.1.3. Minat Beli.....	37
2.1.4.1. Pengertian Minat Beli	37
2.1.4.2. Faktor Minat Beli	38
2.1.4.3. Indikator Minat Beli	40
2.1.4. Keputusan Pembelian Produk	44
2.1.4.1. Definisi	44
2.1.4.2. Faktor Keputusan Pembelian.....	46
2.1.4.3. Indikator Keputusan pembelian	48
2.2. Penelitian Terdahulu	54
2.3. Kerangka Pemikiran.....	57
2.4. Hipotesis.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	60
3.2. Operasional Variabel.....	60

3.2.1.	Variabel Independen	61
3.2.2.	Variabel Dependen	62
3.3.	Populasi dan Sampel	65
3.3.1.	Populasi	65
3.3.2.	Sampel	65
3.4.	Teknik dan Alat Penggumpulan Data	67
3.5.	Metode Analisis Data	68
3.5.1.	Analisis Deskriptif	68
3.5.2.	Uji Kualitas Data	69
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	71
3.5.4.	Uji Pengaruh	72
3.5.5.	Uji Hipotesis	73
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian	74
3.6.1.	Lokasi Penelitian	74
3.6.2.	Jadwal Penelitian	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	77
4.1.1.	Profil Responden	79
4.1.2.	Jenis Kelamin	80
4.1.3.	Usia	80
4.1.4.	Pekerjaan	81
4.2.	Hasil Penelitian	82
4.2.1	Analisis Deskriptif	82
4.2.2	Uji Kualitas Data	89
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	95
4.3.	Pembahasan	104
4.4.	Implikasi Penelitian	110
BAB V SIMPULAN		
5.1.	Simpulan	114
5.2.	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN		
LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Penjualan Produk Skincare Brand Lokal Terlaris di Shopee dan Tokopedia Tahun 2022.....	4
Gambar 1. 2. Penurunan Penjualan Produk Skincare MS Glow	5
Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	54
Tabel 3. 1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	63
Tabel 3. 2 Rentang Skala.....	67
Tabel 3. 3 Skala Likert	68
Tabel 3. 4 Rentang Skala.....	69
Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian	74
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif.....	82
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	84
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Citra Merek	85
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Minat Beli	86
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Keputusan Minat Beli	88
Tabel 4. 9 Uji Validitas Kualitas Produk	90
Tabel 4. 10 Uji Validitas Citra Merek	90
Tabel 4. 11 Uji Validitas Minat Beli	91
Tabel 4. 12 Uji Validitas Keputusan Minat Beli	92
Tabel 4. 13 Uji <i>Reliable</i>	94
Tabel 4. 14 Uji Kolmogorov Smirnov.....	95
Tabel 4. 15 Uji Heteroskedastisitas	96
Tabel 4. 16 Uji Multikolinearitas	97
Tabel 4. 17 Hasil Persamaan Regresi	98
Tabel 4. 18 Uji t.....	101
Tabel 4. 19 Uji F.....	103
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	104

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1. Rumus Cochran.....	66
Rumus 3. 2. Rumus Rentang Skala.....	68
Rumus 3. 3. <i>Koefisien Korelasi Pearson Product Moment</i>	69
Rumus 3. 4. Regresi Linear Berganda	72
Rumus 3. 5. Uji t	73
Rumus 3. 6. Uji f.....	74