

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIASI
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
AZARINE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Ella Gunawan Koto
210910239**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIASI
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
AZARINE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Ella Gunawan Koto
210910239**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ella Gunawan Koto
NPM : 210910239
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AZARINE 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, 07 Februari 2025



Ella Gunawan Koto
210910239

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIASI
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
AZARINE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Ella Gunawan Koto
210910239**

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

Batam, 07 Februari 2025



**Asron Saputra, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, variasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Azarine di Kota Batam, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 385 responden yang dikumpulkan dengan teknik *purposive sampling* melalui kuesioner *online* menggunakan Google Form. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 27, mencakup uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh sebesar 37,2%, variasi produk sebesar 21,1% dan citra merek sebesar 35,6% terhadap keputusan pembelian. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 49,3% menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan 49,3% variasi keputusan pembelian, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Uji t menunjukkan bahwa kualitas produk, variasi produk dan citra merek secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 125,238 yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,63, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, variasi produk dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Azarine di Kota Batam.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Variasi Produk; Citra Merek; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, product variation and brand image on the purchase decision of Azarine products in Batam City, both partially and simultaneously. The method used in this study is a quantitative approach. The research sample amounted to 385 respondents which was collected by purposive sampling technique through an online questionnaire using Google Form. Data analysis was carried out using SPSS 27, including descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis tests. The results of multiple linear regression analysis showed that product quality had an effect of 37.2%, product variety by 21.1% and brand image by 35.6% on purchase decisions. In addition, the value of the determination coefficient (R^2) of 49.3% showed that the independent variable in this study was able to explain 49.3% of the variation in purchase decisions, while the rest was influenced by other factors outside the study. The t-test shows that product quality, product variety and brand image partially have a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of the F test produced a calculated F value of 125.238 which was greater than the table F value of 2.63, so it can be concluded that product quality, product variety and brand image simultaneously have a positive and significant effect on the purchase decision of Azarine products in Batam City.

Keywords: Product Quality; Product Variety; Brand Image; Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya 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 tidak akan 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 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 Asron Saputra, S.E., M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu dalam memberikan bimbingan dan petunjuk sampai selesainya skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan;
6. Kepada Alm Bapak Hasman. S selaku ayahanda tercinta dan Ibu Desma Dewita selaku ibunda tercinta penulis yang telah memberikan cinta, dukungan, dan segala doanya yang membuat penulis selalu semangat menyelesaikan skripsi ini;
7. Kepada kedua adik penulis yaitu Rezi Kurniawan dan Rio Nicolas yang selalu memberikan dukungan serta semangat tanpa henti kepada kakaknya dalam berbagai hal dan proses pembuatan skripsi ini;
8. Kepada Mastri Nasrani S. dan Ledyana Nitami S., teman yang selalu memberikan semangat, dukungan dan kebersamaan dalam berbagai hal. Kehadiran dan motivasi kalian sangat berarti bagi penulis.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Manajemen dan khususnya bagi praktisi maupun masyarakat. Semoga Tuhan melimpahkan berkat dan anugerah-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Batam, 07 Februari 2025



Ella Gunawan Koto



DAFTAR ISI

	Halaman
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. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Batasan Masalah	11
1.4. Rumusan Masalah.....	11
1.5. Tujuan Penelitian	12
1.6. Manfaat Penelitian	12
1.6.1. Manfaat Teoritis	12
1.6.2. Manfaat Praktis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori.....	14
2.1.1. Kualitas Produk	14
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Produk	14
2.1.1.2. Implikasi Kualitas Produk	15
2.1.1.3. Indikator Kualitas Produk.....	17
2.1.2. Variasi Produk	19
2.1.2.1. Pengertian Variasi Produk	19
2.1.2.2. Tujuan Variasi Produk.....	20
2.1.2.3. Indikator Variasi Produk	20
2.1.3. Citra Merek.....	22
2.1.3.1. Pengertian Citra Merek.....	22
2.1.3.2. Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek.....	23
2.1.3.3. Fungsi Citra Merek	24
2.1.3.4. Indikator Citra Merek	25
2.1.4. Keputusan Pembelian	26
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian	26
2.1.4.2. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	27
2.1.4.3. Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.3. Kerangka Pemikiran	32
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.2. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	32

2.3.3.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4.	Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Jenis Penelitian	35
3.2.	Sifat Penelitian.....	36
3.3.	Lokasi dan Periode Penelitian	36
3.3.1.	Lokasi Penelitian	36
3.3.2.	Periode Penelitian	37
3.4.	Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1.	Populasi	37
3.4.2.	Teknik Penentuan Besar Sampel	38
3.4.3.	Teknik Sampling.....	39
3.5.	Sumber Data	40
3.6.	Metode Pengumpulan Data	40
3.7.	Definisi Operasional Variabel	41
3.7.1.	Variabel Independen (X)	42
3.7.2.	Variabel Dependen (Y).....	42
3.8.	Metode Analisis Data	44
3.8.1.	Uji Statistik Deskriptif.....	44
3.8.2.	Uji Kualitas Data	45
3.8.2.1.	Uji Validitas.....	46
3.8.2.2.	Uji Reliabilitas	47
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik	48
3.8.3.1.	Uji Normalitas	48
3.8.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	49
3.8.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	50
3.8.4.	Uji Pengaruh	51
3.8.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda	51
3.8.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	52
3.9.	Uji Hipotesis	52
3.9.1.	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	53
3.9.2.	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1.	Sejarah Objek Penelitian	55
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	57
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	59
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk	60
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden	61
4.3.1.	Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1).....	62
4.3.2.	Deskripsi Variabel Variasi Produk (X2)	64
4.3.3.	Deskripsi Variabel Citra Merek (X3)	65
4.3.4.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	66

4.4.	Analisis Data.....	68
4.4.1.	Uji Kualitas Data	68
4.4.1.1.	Hasil Uji Validitas	68
4.4.1.2.	Hasil Uji Reliabilitas	70
4.4.2.	Uji Asumsi Klasik	71
4.4.2.1.	Hasil Uji Normalitas	71
4.4.2.2.	Hasil Uji Multikolinearitas	73
4.4.2.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
4.4.3.	Uji Pengaruh	74
4.4.3.1.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	74
4.4.3.2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
4.5.	Uji Hipotesis	77
4.5.1.	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	77
4.5.2.	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	78
4.6.	Pembahasan	79
4.6.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine di Kota Batam	79
4.6.2.	Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine di Kota Batam	81
4.6.3.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine di Kota Batam.....	82
4.6.4.	Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine di Kota Batam.....	84
4.7.	Implikasi Hasil Penelitian.....	85
4.7.1.	Implikasi Teoritis.....	86
4.7.2.	Implikasi Praktis	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	87
5.2.	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		
Lampiran 1 Pendukung Penelitian		
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Produk Azarine	4
Gambar 1.2 Ulasan Kualitas Produk Azarine.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Logo Azarine Cosmetic	56
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram	71
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 10 Merek Perawatan Kecantikan dengan Nilai Penjualan Tertinggi	6
Tabel 1.2 Daftar Variasi Produk Azarine dengan Pesaingnya	7
Tabel 1.3 Top Brand Indeks (TBI) Kategori Perawatan Pribadi.....	8
Tabel 1.4 Data Penjualan Produk Azarine Di Kota Batam	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Skala Likert	41
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Independen	43
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk	61
Tabel 4.6 Rentang Skala.....	62
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Produk (X1).....	62
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Variasi Produk (X2)	64
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskripsi Citra Merek (X3)	65
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskripsi Keputusan Pembelian (Y)	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji t (Parsial).....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji F (Simultan)	79

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Lemeshow.....	38
Rumus 3.2 Rentang Skala	44
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	46
Rumus 3.4 Cronbach's Alpha	47
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda	51