

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN KEPUASAN KONSUMEN, TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* THE
ORIGINOTE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Erni Ratika Sari Br Pakpahan
210910261**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN KEPUASAN KONSUMEN, TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* THE
ORIGINOTE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Erni Ratika Sari Br Pakpahan
210910261**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Erni Ratika Sari Br Pakpahan

NPM : 210910261

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen, Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* The Originote 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 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, 24 Januari 2025



Erni Ratika Sari Br Pakpahan
210910261

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN KEPUASAN KONSUMEN, TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* THE
ORIGINOTE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Erni Ratika Sari Br Pakpahan
210910261**

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

Batam, 24 Januari 2025

A handwritten signature in blue ink, consisting of a long horizontal stroke followed by several loops and a final vertical stroke.

**Dr. Wasiman, S.E., M.M.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak citra merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian produk *skincare* The Originote di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian mencakup pelanggan yang telah membeli produk Skincare The Originote di Kota Batam sepanjang tahun 2024, meskipun jumlah pastinya belum diketahui. Penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus *Lamshow*, menghasilkan 100 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Analisis data mencakup uji kualitas data, uji asumsi klasik, pengujian pengaruh, serta uji hipotesis. Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa citra merek berkontribusi sebesar 10,5% terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 28,0%, sementara kepuasan konsumen memiliki kontribusi sebesar 41,0%. Analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 80,6% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh citra merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen. Hasil uji t dan uji F mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, citra merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk.

ABSTRACT

This study aims to evaluate the impact of brand image, product quality, and consumer satisfaction on purchasing decisions for The Originote skincare products in Batam City. This study uses a quantitative descriptive approach. The study population includes customers who have purchased The Originote Skincare products in Batam City throughout 2024, although the exact number is not yet known. The sample size was determined using the Lameshow formula, resulting in 100 respondents selected through purposive sampling techniques. Data analysis includes data quality testing, classical assumption testing, influence testing, and hypothesis testing. The results of multiple linear regression show that brand image contributes 10.5% to purchasing decisions. Product quality has an influence of 28.0%, while consumer satisfaction has a contribution of 41.0%. The analysis of the coefficient of determination (R^2) shows that 80.6% of the variation in purchasing decisions can be explained by brand image, product quality, and consumer satisfaction. The results of the t-test and F-test support this finding, indicating that partially and simultaneously, brand image, product quality, and consumer satisfaction have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Consumer Satisfaction, Product Quality, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu 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 Dr. Wasiman, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak cinta pertama penulis Alm. Zonner Pakpahan dan Mama tersayang penulis Linnawati Simare-mare yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. 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, 24 Januari 2025



Erni Ratika Sari Br Pakpahan



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Secara Teoritis	11
1.6.2 Secara Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Citra Merek	14
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek	14
2.1.1.2 Faktor Citra Merek	15
2.1.1.3 Indikator Citra Merek	17
2.1.2 Kualitas Produk	18
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	18
2.1.2.2 Faktor Kualitas Produk	19
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	20
2.1.3 Kepuasan Konsumen	22
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	22
2.1.3.2 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	23
2.1.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen	24
2.1.4 Keputusan Pembelian	25
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian	27
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.3.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.3.3 Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	35

2.4	Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	37
3.2	Sifat Penelitian	37
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	38
3.3.1	Lokasi Penelitian	38
3.3.2	Periode Penelitian.....	38
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi	39
3.4.2	Teknik Penentuan Sampel.....	39
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	40
3.5	Sumber Data.....	41
3.6	Metode Pengumpulan Data	42
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	44
3.7.1	Variabel Independen (X).....	44
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	44
3.8	Metode Analisis Data	45
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	45
3.8.2	Uji Kualitas Data	47
3.8.2.1	Uji Validitas	47
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	48
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.8.3.1	Uji Normalitas	49
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	50
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	51
3.8.4	Uji Pengaruh.....	52
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	53
3.9	Uji Hipotesis.....	54
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	54
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	59
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	61
4.2.5	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	62
4.3.1	Deskriptif Citra Merek (X1).....	63
4.3.2	Deskriptif Kualitas Produk (X2)	64
4.3.3	Deskriptif Kepuasan Konsumen (X3)	65
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	66
4.4	Analisis Data	67

4.4.1 Uji Kualitas Data	67
4.4.1.1 Uji Validitas	67
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	71
4.4.2.1 Uji Normalitas	71
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	74
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	76
4.4.3 Uji Pengaruh.....	77
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	78
4.5 Pengujian Hipotesis.....	79
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	79
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	81
4.6 Pembahasan.....	82
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.6.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.6.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	91
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Rating The Originote	3
Gambar 1.2 Keluhan Pengguna Terhadap Kualitas Produk The Originote	5
Gambar 1.3 Keluhan Penggunaan The Originote	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	72
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	73
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Skincare</i> Terlaris di Indonesia Tahun 2023	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	38
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner.....	43
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	47
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	61
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4.6 Rentang Skala.....	63
Tabel 4.7 Deskriptif Citra Merek	63
Tabel 4.8 Deskriptif Kualitas Produk.....	64
Tabel 4.9 Deskriptif Kepuasan Konsumen.....	65
Tabel 4.10 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.11 Uji Validitas Citra Merek (X1)	67
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	68
Tabel 4.13 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (X3).....	69
Tabel 4.14 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	74
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	78
Tabel 4.20 Hasil Uji t (Parsial).....	80
Tabel 4.21 Hasil Uji f (Simultan).....	81

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus <i>Lamashow</i>	40
Rumus 3.2 Rentang Skala	46
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	48
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	49
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	53
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	54
Rumus 3.7 Uji t	55
Rumus 3.8 Uji f	56