

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKARIZO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Eky Priyono
200910098**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKARIZO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Eky Priyono
200910098**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Eky Priyono
NPM : 200910098
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek terhadap keputusan Pembelian Produk Makarizo Di Kota Batam

Merupakan dibuat secara independen, dan bukan merupakan hasil "duplikasi" dari karya-karya sebelumnya. Kecuali dinyatakan lain dalam daftar pustaka atau dikutip dalam kutipan sumber, saya tidak yakin bahwa karya ilmiah atau pendapat yang diungkapkan dalam tesis ini pernah diterbitkan atau ditulis oleh orang lain. Saya menyetujui pencabutan gelar akademik dan tesis saya, serta tindakan lain yang diambil sebagai tanggapan atas temuan plagiarisme, dan pemrosesan yang mungkin diwajibkan oleh hukum.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 11 Juni 2025



Eky Priyono
200910098

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKARIZO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

**Eky Priyono
200910098**

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

Batam, 10 Juli 2025



**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Tujuan dari temuan ini adalah untuk melihat bagaimana kualitas produk Makarizo, bagaimana produk tersebut dipromosikan, dan bagaimana citra mereknya memengaruhi keputusan orang untuk membelinya di Kota Batam. Permasalahan utama dalam temuan ini adalah bahwa pelanggan tidak puas dengan kualitas produk, promosi yang tidak berjalan dengan baik, dan citra merek yang tertinggal dari pesaing di seluruh dunia. Temuan ini mempergunakan pendekatan kuantitatif dan teknik survei dengan memberikan kuesioner kepada 100 orang yang mengonsumsi produk Makarizo di Kecamatan Lubuk Baja, Kota Batam. Kami mempergunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, uji-t, dan uji-F untuk melihat data. Temuan menginterpretasikan bahwa kualitas produk, iklan, dan citra merek semuanya memiliki pengaruh yang baik dan substansial oleh suatu keputusan pembelian, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Hasil ini menginterpretasikan bahwa membuat produk menjadi lebih baik, mempergunakan metode pemasaran yang menarik, dan membangun citra merek yang kuat semuanya dapat membuat orang lebih mungkin untuk membeli.

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

ABSTRACT

The purpose of this study is to see how the quality of Makarizo products, how the product is promoted, and how its brand image affects people's decisions to buy it in Batam City. The main problems in this study are that customers are dissatisfied with the quality of the product, the promotion is not running well, and the brand image is lagging behind competitors worldwide. This study uses a quantitative approach and survey technique by giving questionnaires to 100 people who consume Makarizo products in Lubuk Baja District, Batam City. We use validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, t-test, and F-test to see the data. The findings show that product quality, advertising, and brand image all have a good and substantial influence on purchasing decisions, both individually and together. These results indicate that making products better, using attractive marketing methods, and building a strong brand image can all make people more likely to buy.

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

KATA PENGANTAR

Ucapan Terima Kasih & Ucapan Terima Kasih Tuhan Yang Maha Esa patut untuk disyukuri dan disyukuri, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa syukur kepada-Nya. Atas pertolongan dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan dan saran. Tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung, mengajarkan, dan mendukung konsep ini, maka skripsi ini tidak akan pernah terwujud, sebagaimana yang penulis sadari. Oleh karena itu, penulis ingin memberikan penilaian setinggi-tingginya 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 Plt Dekan Fakultas 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. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk saya;
7. Teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini; Terlalu banyak orang yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu dan menyemangati saya saat mengerjakan proyek akhir saya. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan Anda dan senantiasa memberkati Anda serta melimpahkan karunia-Nya. Amin.

Batam, 10 Juli 2025



Eky Priyono
200910098



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Kualitas Produk	13
2.1.2 Promosi	16
2.1.3 Citra Merek	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Sifat Penelitian	35
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.5 Sumber Data	38
3.6 Metode Pengumpulan Data	38
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	39
3.8 Metode Analisis Data	41
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	41
3.8.2 Uji Kualitas Data	42
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	43
3.8.4 Uji Pengaruh	45
3.9 Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	54
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	57

4.4 Analisis Data	63
4.5 Pengujian Hipotesis	72
4.6 Pembahasan.....	74
4.7 Implikasi Hasil Temuan	75
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	
Lampiran 4. Hasil Turnitin	

DAFTAR GAMBAR

1.1	Data Penelitian Kualitas Produk – Makarizo Official Shop	10
1.2	Data Penelitian Promosi – Aktivitas Instagram Makarizo vs L’Oréal.....	11
2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian	38

DAFTAR TABEL

1.1	Analisis Data Market Share Brand Perawatan Rambut di Shopee (Maret 2023) ...	12
3.1	Periode Penelitian	45
3.2	Definisi Operasional Variabel Bebas	49
3.3	Operasional Variabel Terikat	51
3.4	Rentang Skala Penelitian	53
3.5	Kategori Skala Likert.....	46
4.1	Karakteristik Responden	57
4.2	Hasil Uji Validitas	59
4.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	60
4.4	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	61
4.5	Hasil Uji Normalitas	62
4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
4.7	Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
4.8	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
4.9	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.10	Hasil Uji t (Parsial)	67
4.11	Hasil Uji F (Simultan)	68

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1.	Rumus Lemeshow untuk Penentuan Sampel.....	47
Rumus 3.2.	Rentang Skala Likert.....	52
Rumus 3.3.	Uji Validitas (Korelasi Pearson)	54
Rumus 3.4.	Uji Reliabilitas (Cronbach Alpha)	55
Rumus 3.5.	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	57