

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, NILAI
PELANGGAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
THE ORIGINOTE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Kiki Chandrika Komala Tunggal
210910119**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, NILAI
PELANGGAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
THE ORIGINOTE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Kiki Chandrika Komala Tunggal
210910119**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Kiki Chandrika Komala Tunggal

NPM : 210910119

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

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

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, NILAI PELANGGAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengatahuan 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 skripsi 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, 14 Juli 2025



Kiki Chandrika Komala Tunggal
210910119

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, NILAI
PELANGGAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
THE ORIGINOTE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Kiki Chandrika Komala Tunggal
210910119**

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

Batam, 14 Juli 2025

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Tiurniari Purba'.

**Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, nilai pelanggan dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Skincare The Originote di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden merupakan masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan produk Skincare The Originote di wilayah Kecamatan Sagulung Kota Batam. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah data primer. Pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26. Berdasarkan data dan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kualitas produk secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk Skincare The Originote di Kota Batam. Selain itu nilai pelanggan secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk Skincare The Originote di Kota Batam. Pada promosi secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk Skincare The Originote di Kota Batam. Dan secara simultan, kualitas produk, nilai pelanggan dan promosi secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk Skincare The Originote di Kota Batam.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Nilai Pelanggan, Promosi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to examine the effect of product quality, customer value and promotion on purchasing decisions for The Originote Skincare products in Batam City. This study uses a quantitative research method. The research sample consisted of 100 respondents who were people who had purchased and used The Originote Skincare products in the Sagulung District, Batam City. The data collection method used was primary data. Data processing used the SPSS Version 26 program. Based on the data and analysis that have been carried out, this study shows that product quality positively and significantly influences purchasing decisions for The Originote Skincare products in Batam City. In addition, customer value positively and significantly influences purchasing decisions for The Originote Skincare products in Batam City. Promotion positively and significantly influences purchasing decisions for The Originote Skincare products in Batam City. And simultaneously, product quality, customer value and promotion positively and significantly influence purchasing decisions for The Originote Skincare products in Batam City.

Keywords: *Product Quality, Customer Value, Promotion and Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada 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 menenyadari 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
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan arahan, masukan, ilmu, dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa;
7. Perusahaan yang turut membantu dalam memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk penyusunan skripsi ini;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karunia-Nya, Amin.

Batam, 14 Juli 2025



Kiki Chandrika Komala Tunggal
NPM. 210910119



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Kualitas Produk.....	12
2.1.2 Nilai Pelanggan	14
2.1.3 Promosi.....	16
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.2 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Sifat Penelitian.....	26
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	26
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	26

3.3.2 Periode Penelitian	26
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	28
3.4.2 Teknik <i>Sampling</i>	29
3.5 Sumber Data	29
3.6 Metode Pengumpulan Data	30
3.7 Operasional Variabel.....	30
3.8 Metode Analisis Data	32
3.8.1 Analisis Deskriptif	32
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	33
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.8.4 Uji Pengaruh	36
3.9 Uji Hipotesis	37
3.9.1 Uji t (Secara Parsial)	37
3.9.2 Uji F (Secara Simultan)	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	39
4.2.1 Profil Responden.....	39
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	43
4.4 Analisis Data.....	47
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.4.4 Hasil Uji Pengaruh	53
4.5 Hasil Uji Hipotesis	55
4.6 Pembahasan	57
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.6.2 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Nilai Pelanggan Dan Promosi Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	59
4.7.1 Implikasi Teoritis	59
4.7.2 Implikasi Praktis	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	68
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Ulasan Pengguna Produk Skincare <i>Moisturizer</i> The Originote.....	6
Gambar 2.1 <i>Live Shopping</i> Tiktok	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Uji Normalitas <i>Normal P-P Plot Regression Standardized</i>	50
Gambar 4.2 Uji Normalitas Kurva Histogram.....	51
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Dengan <i>Scatter Plot</i>	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Produk Skincare <i>Moisturizer</i> The Originote	4
Tabel 1.2 <i>Top Brand</i> Skincare <i>Moisturizer</i> Tahun 2023-2024	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	27
Tabel 3.2 Skor Jawaban Kuesioner	30
Tabel 3.3 Operasional Tabel	31
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif	33
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan	42
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	42
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Kualitas Produk	43
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Nilai Pelanggan	44
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Promosi	45
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>One –Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Linear Berganda	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	55
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial)	56
Tabel 4.18 Hasil Uji F	57

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Cochran</i>	28
Rumus 3.2 Rentang Skala	32
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	33
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	36