

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*  
DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KACANG  
GANGSAR DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Selly Marcella Agustin  
210910143**

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

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*  
DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KACANG  
GANGSAR DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Selly Marcella Agustin  
210910143**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Selly Marcella Agustin

NPM : 210910143

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“Pengaruh *Product Quality*, *Brand Image* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Gangsar 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, 18 Juli 2025

  
**Selly Marcella Agustin**  
210910143

**PENGARUH PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, DAN  
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KACANG GANGSAR DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Selly Marcella Agustin  
210910143**

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

**Batam, 18 Juli 2025**



**Hikmah, S.E., M.Si.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif, penerapan strategi pemasaran yang tepat menjadi elemen penting untuk menarik perhatian konsumen dan mendorong keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana pengaruh *product quality*, *brand image*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk kacang Gangsar di kota Batam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Populasi yang diteliti adalah konsumen yang membeli atau berminat untuk membeli produk kacang Gangsar di kota Batam yang tidak diketahui jumlah pastinya. Sampel diambil dengan menggunakan metode *Jacob cohen*, menghasilkan 204 responden yang di pilih melalui teknik *purposive sampling*. Hasil uji t menunjukkan bahwa *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta *online customer review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F memperkuat simpulan bahwa *product quality*, *brand image*, dan *online customer review* berpengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** *Product Quality, Brand Image, Online Customer Review, Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACT**

*In the midst of increasingly competitive business conditions, implementing the right marketing strategy has become a crucial element in attracting consumer attention and influencing purchasing decisions. This study aims to examine the extent to which product quality, brand image, and online customer reviews affect purchasing decisions for Kacang Gangsar products in Batam City. This research uses a quantitative method with multiple linear regression analysis. The population includes consumers who have purchased or are interested in purchasing Kacang Gangsar products in Batam, although the exact number is unknown. The sample was determined using Jacob Cohen's method, resulting in 204 respondents selected through purposive sampling. The t-test results show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image also has a positive and significant effect, and online customer reviews likewise have a positive and significant influence on purchasing decisions. The F-test results further confirm that product quality, brand image, and online customer reviews simultaneously have a significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords :** *Product Quality, Brand Image, Online Customer Review, Purchasing Decision.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya 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. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. 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. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. 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, 18 Juli 2025



Selly Marcella Agustin



## DAFTAR ISI

|                                                 |             |
|-------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL.....</b>                      | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                      | <b>ii</b>   |
| <b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>      | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                 | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                            | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                           | <b>vii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                      | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                          | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                       | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR RUMUS .....</b>                       | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                        |             |
| 1.1. Latar Belakang .....                       | 2           |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....                 | 9           |
| 1.3. Rumusan Masalah .....                      | 10          |
| 1.4. Tujuan Penelitian.....                     | 10          |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....                   | 11          |
| 1.5.1. Secara Teoritis.....                     | 11          |
| 1.5.2 Secara Praktis .....                      | 11          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>                  |             |
| 2.1 Kajian Teori .....                          | 13          |
| 2.1.1 Product Quality .....                     | 13          |
| 2.1.1.1 Pengertian Product Quality.....         | 13          |
| 2.1.1.2 Dimensi Product Quality.....            | 14          |
| 2.1.1.3 Tingkatan Product Quality.....          | 15          |
| 2.1.1.4 Indikator Product Quality.....          | 17          |
| 2.1.2 Brand Image.....                          | 20          |
| 2.1.2.1 Pengertian Brand Image.....             | 20          |
| 2.1.2.2 Dimensi Brand Image .....               | 20          |
| 2.1.2.3 Faktor Brand Image .....                | 21          |
| 2.1.2.4 Indikator Brand Image .....             | 23          |
| 2.1.3 Online Customer Reviews .....             | 24          |
| 2.1.3.1 Pengertian Online Customer reviews..... | 24          |
| 2.1.3.2 Dimensi Online Customer Reviews.....    | 25          |
| 2.1.3.3 Faktor Online Customer Review .....     | 26          |
| 2.1.3.4 Indikator Online Customer Reviews.....  | 28          |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian.....                  | 29          |
| 2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....     | 29          |
| 2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian .....        | 30          |
| 2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian .....     | 31          |
| 2.1.4.4 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian ..... | 32          |

|       |                                                                                                      |    |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2   | Penelitian Terdahulu.....                                                                            | 34 |
| 2.3   | Kerangka Pemikiran .....                                                                             | 36 |
| 2.3.1 | Pengaruh Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian.....                                           | 36 |
| 2.3.2 | Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....                                               | 36 |
| 2.3.3 | Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian.....                                    | 37 |
| 2.3.4 | Pengaruh Product Quality, Brand Image, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian. .... | 37 |
| 2.4   | Hipotesis .....                                                                                      | 38 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|         |                                                                     |    |
|---------|---------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1     | Jenis Penelitian.....                                               | 40 |
| 3.2     | Sifat Penelitian .....                                              | 40 |
| 3.3     | Lokasi dan Periode Penelitian .....                                 | 40 |
| 3.3.1   | Lokasi Penelitian .....                                             | 40 |
| 3.3.2   | Periode Penelitian.....                                             | 40 |
| 3.4     | Definisi Variabel Penelitian dan definisi Operasional variabel..... | 41 |
| 3.4.1   | Definisi variabel.....                                              | 41 |
| 3.4.2   | Definisi Operasional Variabel .....                                 | 41 |
| 3.5     | Populasi dan Sampel .....                                           | 43 |
| 3.5.1   | Populasi 43                                                         |    |
| 3.5.2   | Teknik Penentuan Sampel .....                                       | 43 |
| 3.5.3   | Teknik Sampling.....                                                | 44 |
| 3.6     | Jenis dan Sumber data.....                                          | 44 |
| 3.6.1   | Jenis Data.....                                                     | 44 |
| 3.6.2   | Sumber Data .....                                                   | 44 |
| 3.7     | Metode Teknik Pengumpulan Data.....                                 | 45 |
| 3.8     | Metode Analisa Data .....                                           | 45 |
| 3.8.1   | Analisis Deskriptif .....                                           | 45 |
| 3.8.2   | Uji Kualitas Data .....                                             | 46 |
| 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 Multikolinieritas .....                                         | 48 |
| 3.8.3.3 | Uji Heteroskedastisitas .....                                       | 49 |
| 3.8.4   | Uji Pengaruh.....                                                   | 49 |
| 3.8.4.1 | Analisis Regresi Linier Berganda .....                              | 49 |
| 3.8.4.2 | Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....               | 50 |
| 3.8.5   | Uji Hipotesis .....                                                 | 50 |
| 3.8.5.1 | Uji T (Parsial).....                                                | 50 |
| 3.8.5.2 | Uji F (Simultan).....                                               | 51 |

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|        |                                                     |    |
|--------|-----------------------------------------------------|----|
| 4.1.   | Hasil Penelitian .....                              | 54 |
| 4.1.1. | Gambaran Objek Penelitian.....                      | 54 |
| 4.2.   | Deskripsi Karakteristik Responden.....              | 55 |
| 4.2.1. | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....      | 55 |
| 4.2.2. | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... | 56 |

|                                                |                                                                                                       |           |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.2.3.                                         | Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian produk .....                                            | 57        |
| 4.2.4.                                         | Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....                                                    | 57        |
| 4.3.                                           | Uji Kualitas Data .....                                                                               | 58        |
| 4.3.1.                                         | Hasil Uji Validitas.....                                                                              | 58        |
| 4.3.2.                                         | Hasil Uji Realiabilitas .....                                                                         | 61        |
| 4.4.                                           | Hasil Uji Kualitas Instrumen.....                                                                     | 62        |
| 4.4.1.                                         | Hasil Uji Normalitas.....                                                                             | 62        |
| 4.4.2.                                         | Hasil Uji Multikolinearitas .....                                                                     | 65        |
| 4.4.3.                                         | Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                                                   | 65        |
| 4.5.                                           | Uji Pengaruh .....                                                                                    | 66        |
| 4.5.1.                                         | Analisis Regresi Linear Berganda .....                                                                | 66        |
| 4.5.2.                                         | Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                                             | 68        |
| 4.6.                                           | Hasil Uji Hipotesis .....                                                                             | 68        |
| 4.6.1.                                         | Hasil Uji t.....                                                                                      | 68        |
| 4.6.2.                                         | Hasil Uji F .....                                                                                     | 70        |
| 4.7.                                           | Pembahasan.....                                                                                       | 71        |
| 4.7.1.                                         | Pengaruh Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian.....                                            | 71        |
| 4.7.2.                                         | Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....                                                | 72        |
| 4.7.3.                                         | Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian.....                                     | 72        |
| 4.7.4.                                         | Pengaruh Produk Quality, Brand Image dan Online Customer Review<br>Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 73        |
| 4.8.                                           | Implikasi Hasil Penelitian.....                                                                       | 74        |
| <b>BAB V SIMPULAN SARAN</b>                    |                                                                                                       |           |
| 5.1.                                           | Simpulan .....                                                                                        | 76        |
| 5.2.                                           | Saran.....                                                                                            | 76        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                    |                                                                                                       | <b>78</b> |
| <b>Lampiran 1.</b> Pendukung Penelitian        |                                                                                                       |           |
| <b>Lampiran 2.</b> Daftar Riwayat Hidup        |                                                                                                       |           |
| <b>Lampiran 3.</b> Surat Keterangan Penelitian |                                                                                                       |           |

## DAFTAR TABEL

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Ulasan Pembeli Mengenai <i>Product Quality</i> .....       | 5  |
| Tabel 1.2 Top <i>Brand</i> Kacang Bermerek .....                     | 6  |
| Tabel 1.3 <i>Online Customer Review</i> Produk Kacang Gangsar.....   | 7  |
| Tabel 1.4 Faktor Pertimbangan Pembelian Produk <i>Snack</i> .....    | 8  |
| Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....                                  | 34 |
| Tabel 3.1 Periode Penelitian .....                                   | 41 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....                         | 42 |
| Tabel 3.3 Skala <i>Likert</i> .....                                  | 45 |
| Tabel 3.4 Klasifikasi rentang Skala .....                            | 46 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....              | 55 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....       | 56 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk..... | 57 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....         | 57 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Produk <i>Quality</i> .....            | 59 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....               | 59 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>online customer review</i> .....    | 60 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....               | 61 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....                                | 62 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....                | 64 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas .....                        | 65 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Glejser .....                                   | 66 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                   | 67 |
| Tabel 4.14 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....                | 68 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji t.....                                          | 69 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji F.....                                          | 70 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....           | 38 |
| Gambar 4.1 Histogram Regression Residual ..... | 63 |
| Gambar 4.2 P-plot Regression .....             | 63 |

## DAFTAR RUMUS

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| Rumus 3.1 <i>Jacob Cohen</i> .....         | 43 |
| Rumus 3.2 Rentang Skala .....              | 45 |
| Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i> ..... | 47 |
| Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i> .....       | 48 |
| Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda .....    | 49 |
| Rumus 3.6 Uji t .....                      | 51 |
| Rumus 3.7 Uji f .....                      | 52 |