

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE GLAD2GLOW DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Dorkas Surya Ningsih Zebua
210910175**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE GLAD2GLOW DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Dorkas Surya Ningsih Zebua
210910175**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Dorkas Surya Ningsih Zebua
NPM : 210910175
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE GLAD2GLOW 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, 18 Juli 2025


Dorkas Surya Ningsih Zebua
210910175

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE GLAD2GLOW DI KOTA
BATAM**

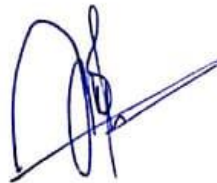
SKRIPSI

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

**Oleh
Dorkas Surya Ningsih Zebua
210910175**

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

Batam, 18 Juli 2025



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



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, kualitas produk dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 204 responden merupakan masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan Skincare Glad2Glow di Kota Batam. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah data primer. Pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 29. Berdasarkan data dan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa citra merek secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam. Selain itu kualitas produk secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam. Pada ulasan produk secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam. Dan secara simultan, citra merek, kualitas produk dan ulasan produk secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Ulasan Produk dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of brand image, product quality and product reviews on purchasing decisions for Glad2Glow Skincare in Batam City. This study uses a quantitative research method. The research sample consisted of 204 respondents who were people who had purchased and used Glad2Glow Skincare in Batam City. The data collection method used was primary data. Data processing used the SPSS Version 29 program. Based on the data and analysis that have been carried out, this study shows that brand image positively and significantly influences purchasing decisions for Glad2Glow Skincare in Batam City. In addition, product quality positively and significantly influences purchasing decisions for Glad2Glow Skincare in Batam City. Product reviews positively and significantly influence purchasing decisions for Glad2Glow Skincare in Batam City. And simultaneously, brand image, product quality and product reviews positively and significantly influence purchasing decisions for Glad2Glow Skincare in Batam City.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Product Review 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 menyadari 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 Hikmah, S.E., M.Si. 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, 18 Juli 2025



Dorkas Surya Ningsih Zebua
NPM. 210910175



DAFTAR ISI

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.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
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	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Teori.....	14
2.1.1 Citra Merek.....	14
2.1.2 Kualitas Produk.....	16
2.1.3 Ulasan Produk.....	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.3 Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Sifat Penelitian.....	29
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	29
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	29

3.3.2 Periode Penelitian	29
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	30
3.4.2 Teknik <i>Sampling</i>	31
3.5 Sumber Data	31
3.6 Metode Pengumpulan Data	32
3.7 Operasional Variabel	32
3.8 Metode Analisis Data	33
3.8.1 Analisis Deskriptif	33
3.8.2 Uji Kualitas Data	34
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	35
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)	38
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	48
4.4.4 Hasil Uji Pengaruh	52
4.5 Hasil Uji Hipotesis	53
4.6 Pembahasan	55
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.6.3 Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.6.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Ulasan Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	57
4.7.1 Implikasi Teoritis	57
4.7.2 Implikasi Praktis	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Simpulan.....	59
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	68
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Ulasan <i>Online</i>	7
Gambar 1.2 Keluhan Pengguna Terkait Kualitas Produk Glad2Glow	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Logo Glad2Glow.....	39
Gambar 4.2 Uji Normalitas <i>Normal P-P Plot Regression Standardized</i>	49
Gambar 4.3 Uji Normalitas Kurva Histogram.....	49
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas Dengan <i>Scatter Plot</i>	51

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 10 Skincare Terpopuler Di Indonesia Tahun 2024.....	5
Tabel 1.2 Produk Skincare <i>Moisturizer</i> Glad2Glow.....	6
Tabel 1.3 Ulasan Produk <i>Moisturizer</i> Glad2Glow.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	30
Tabel 3.2 Skor Jawaban Kuesioner.....	32
Tabel 3.3 Operasional Tabel.....	33
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif	34
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 Citra Merek	43
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Kualitas Produk	44
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Ulasan Produk	45
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>One –Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Linear Berganda	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial).....	53
Tabel 4.18 Hasil Uji F	54

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Jacob Cohen</i>	31
Rumus 3.2 Rentang Skala	33
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	35
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	36