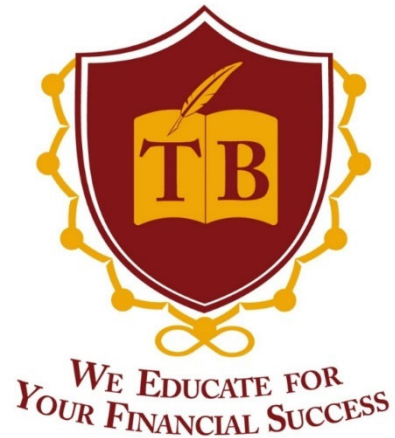


**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK WARDAH PADA  
*MARKETPLACE* SHOPEE DI KOTA BEKASI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh

Naomy Glori Elisabet

202511001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI  
BEKASI  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Naomy Glori Elisabet

NIM : 202511001

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah Pada *Marketplace* Shopee Di Kota Bekasi

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Bekasi, 23 Juli 2024

Mengetahui,

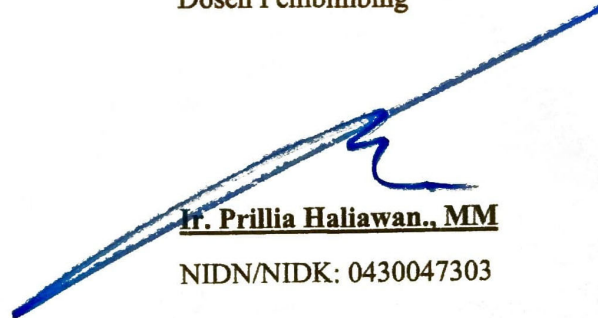
Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Sofia Maulida, SE., MM

NIDN/NIDK: 0309027801

Dosen Pembimbing



Ir. Prillia Haliawan., MM

NIDN/NIDK: 0430047303

## LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI ULANG PRODUK WARDAH PADA MARKETPLACE SHOPEE  
DI KOTA BEKASI**

Oleh

Naomy Glori Elisabet

202511001

### SKRIPSI

Untuk Memenuhi salah satu syarat ujian Guna memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini

Bekasi, 23 Agustus 2024



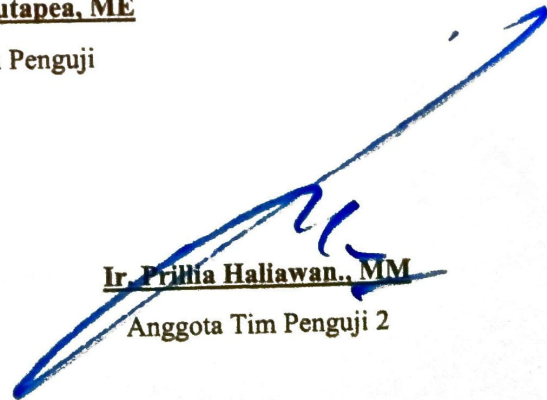
**Drs. Tigor Hutapea, ME**

Ketua Tim Penguji



**Dr. Sofia Maulida, SE., MM**

Anggota Tim Penguji 1



**Ir. Prillia Haliawan., MM**

Anggota Tim Penguji 2

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelara akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 23 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



**Naomy Glori Elisabet**

NIM: 202511001

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya:

Nama : Naomy Glori Elisabet

NIM : 202511001

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah Pada *Marketplace* Shopee di Kota Bekasi”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam perangkat data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikanya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 23 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



**Naomy Glori Elisabet**

NIM: 202511001

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI ULANG PRODUK WARDAH PADA *MARKETPLACE* SHOPEE  
DI KOTA BEKASI**

**OLEH**

Naomy Glori Elisabet

**PROGRAM MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli ulang produk Wardah pada Shopee di Kota Bekasi. Peneliti ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Wardah yang merupakan masyarakat di Kota Bekasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *cluster random sampling* dan *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 130 responden dengan menggunakan kriteria responden minimal Usia 17 sampai 40 tahun dan berdomisili Kota Bekasi. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Selain itu responden pernah melakukan pembelian lebih dari 2 kali di aplikasi Shopee. Hasil penelitian uji parsial (uji t) dengan taraf signifikan 5% menunjukkan hasil signifikan  $0,000 < 0,05$  dan pada uji f hasil signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  Hasil dari penelitian ini menunjukkan: (1) berpengaruh signifikan variabel citra merek terhadap minat beli ulang konsumen produk Wardah pada Shopee di Kota Bekasi, (2) berpengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen produk Wardah pada Shopee di Kota Bekasi.

**Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI ULANG PRODUK WARDAH PADA *MARKETPLACE* SHOPEE  
DI KOTA BEKASI**

**OLEH**

Naomy Glori Elisabet

**PROGRAM MANAJEMEN**

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the influence of brand image and product quality on the interest in repurchasing Wardah products on Shopee in Bekasi City. This researcher uses a quantitative research design. The population in this study is consumers of Wardah products who are people in Bekasi City. The sampling technique in this study uses cluster random sampling and purposive sampling methods. The sample was taken as many as 130 respondents using the minimum age of 17 to 40 years old respondents and domiciled in Bekasi City. The analysis used in this study is multiple regression analysis. In addition, respondents have made purchases more than 2 times on the Shopee application. The results of the partial test (t test) with a significant level of 5% showed a significant result of  $0.000 < 0.05$  and in the f test a significant result of  $0.000 < 0.05$  The results of this study showed: (1) the brand image variable had a significant effect on the consumer repurchase interest of Wardah products on Shopee in Bekasi City, (2) the product quality variable had a significant effect on the consumer repurchase interest of Wardah products on Shopee in Bekasi City.*

***Keywords: Brand Image, Product Quality, Repurchase Interest***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Bapa dan Tuhan yang Maha Esa, atas berkat, rahmat dan petunjuk-nya yang tak terhingga selama perjalanan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah pada *Marketplace* Shopee di Kota Bekasi”. Dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan rasa syukur dan penghargaan setinggi-tingginya kepadanya. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu bagian dari perjalanan saya dalam mengejar ilmu dan untuk memenuhi syarat kelulusan Strata Pendidikan S-1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi besar dalam proses penelitian ini. oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Pembina Yayasan Prima Bina Bangsa, dr. Marion E. Aritonang.
2. Ketua Tri Bhakti Business School, Drs. Widayatmoko, MM., M. Ikom
3. Ketua Program Studi Manajemen, Dr. Sofia Maulida, SE., MM.
4. Kepada Pak Ir. Prillia Haliawan., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu memberikan arahan dan saran kepada penulis selama proses perkuliahan serta kesabaran dan pengertiannya kepada penulis selama membimbing penulis.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh Pendidikan sarjana di STIE Tri Bhakti.
6. Seluruh Staff dan akademik yang sudah membantu keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi dan selama belajar di STIE Tri Bhakti.
7. Kepada kedua orang tua saya, Efendi Marbun dan Bunga Ria Silalahi. Terima Kasih atas semangat dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis serta



jeri payahnya selama berjalanya perkuliahan yang ditempuh penulis dalam segala aspek biaya yang sudah diberikan sampai menyelesaikan skripsi ini oleh penulis dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama menjalani perkuliahan.

8. Kepada rekan-rekan seperjuangan ku sekaligus sahabat selama masa kuliah, Grace Indah, Yolanda dan Vicky untuk kerjasama, dukungan dan bantuan yang telah diberikan selama perkuliahan sampai penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman mahasiswa Angkatan 2020 atas kerja sama dan dukungan yang diberikan.
10. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang sudah membantu dan selalu memberi dukungan semangat kepada penulis untuk keluarga Tulangku, Nang tulangku, Nanguda, Bapak Uda dan Bapa Tua terima kasih.

**Bekasi, 23 Agustus 2024**



**Naomy Glori Elisabet**

**Nim: 202511001**

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	5
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	6
1.2.3 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	7

1.4 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.2 Definisi Manajemen Pemasaran .....	17
2.1.3 Citra Merek.....	19
2.1.4 Kualitas Produk .....	22
2.1.5 Minat Beli Ulang .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Penelitian .....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.1.1 Unit Analisis .....	33
3.1.2 Tujuan Penelitian .....	33
3.1.3 Paradigma Penelitian .....	33
3.1.4 Motodologi Penelitian .....	33
3.1.5 Strategi Penelitian.....	34
3.1.6 Keterlibatan Penelitian.....	34
3.1.7 Latar Penelitian.....	34
3.1.8 Waktu Pelaksanaan.....	34
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	35
3.2.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat) .....	35

3.2.1 Variabel Independen (Variabel Bebas).....	36
3.3 Populasi dan Sampel .....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel .....	39
3.4 Sumber Data .....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.6 Teknik Analisis Data .....	43
3.6.1 Analisis Kuantitatif.....	43
3.6.2 Uji Analisis Deskriptif Variabel .....	43
3.6.3 Uji Instrumen Penelitian .....	43
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.5 Analisis Data.....	45
3.6.6 Uji Hipotesis .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1 Logo Perusahaan.....	46
4.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan Wardah .....	46
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	47
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan .....	48
4.1.5 Kategori Produk Wardah .....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	51
4.2.2 Uji Validitas.....	54

4.2.3 Uji Reliabilitas .....	60
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.2.5 Analisis Data.....	65
4.2.6 Uji Hipotesis .....	66
4.2.7 Hasil Tanggapan Responden Pada Kuesioner .....	70
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	82
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Saran - Saran.....	83
5.3 Implikasi Penelitian .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	90

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Perempuan Kota Bekasi Berdasarkan Status Tahun 2022.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Y .....	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Independen X1 (Citra Merek) .....	36
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Independen (X2) (Kualitas Produk) ...	38
Tabel 3. 4 Skor Penelitian Kuesioner Skala Likert.....	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Kecamatan .....	54
Tabel 4. 5 Uji Validitas Instrumen Variabel Citra Merek.....	54
Tabel 4. 6 Uji Validitas 130 Responden Instrumen Variabel Citra Merek .....	55
Tabel 4. 7 Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk.....	56
Tabel 4. 8 Uji Validitas 130 Responden Instrumen Variabel Kualitas Produk....	57
Tabel 4. 9 Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Beli Ulang.....	58
Tabel 4. 10 Uji Validitas 130 Responden Instrumen Variabel Minat Beli Ulang	59
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	60
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	61
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas Variabel minat beli ulang .....	61
Tabel 4. 14 Uji Normalitas Data .....	62
Tabel 4. 15 Uji Multikolinearitas Data.....	63
Tabel 4. 16 Uji Heteroskedastisitas Data.....	64
Tabel 4. 17 Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
Tabel 4. 18 Uji T.....	67
Tabel 4. 19 Uji F.....	68
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69
Tabel 4. 21 Responden Kuesioner Citra Merek ( $X_1$ ) .....	70

Tabel 4. 22 Responden Kuesioner Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	73
Tabel 4. 23 Responden Kuesioner Minat Beli Ulang (Y) .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Top 10 Brand Ramadhan 2024 .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	32
Gambar 3. 1 Desain Penelitian .....	35
Gambar 4. 1 Logo Wardah Beauty .....	46
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	48
Gambar 4. 3 Makeup Wardah .....	49
Gambar 4. 4 Skincare Wardah .....	50
Gambar 4. 5 Haircare Wardah.....	50
Gambar 4. 6 Body Care Wardah .....	51