

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEY PADA
KONSUMEN WARDAH DI KOTA BEKASI)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen



Oleh

Sarah Debora Turnip

192411013

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI

BEKASI

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

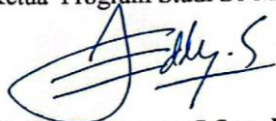
Nama : Sarah Debora Turnip
NIM : 192411013
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Wardah di Kota Bekasi)

Skripsi diatas telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Bekasi, 22 Juli 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

NIDN : 0325107402

Dosen Pembimbing



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

NIDN : 0325107402

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Suvery Pada Konsumen Wardah di Kota Bekasi)

Oleh

Sarah Debora Turnip

192411013

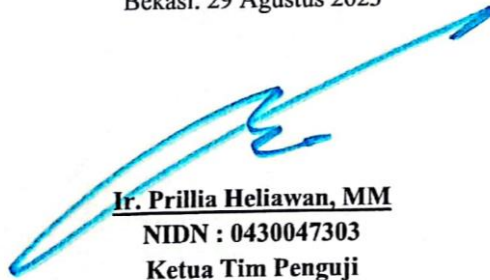
SKRIPSI

Unruk memenuhi salah satu syarat ujian


Guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji seperti tertera dibawah ini


Bekasi, 29 Agustus 2023



Ir. Prillia Heliawan, MM
NIDN : 0430047303
Ketua Tim Penguji



Dr. Darwin Hasiholan, SE., M.Si
NIDN : 0328037401
Tim Penguji I



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si
NIDN : 0325107402
Tim Penguji II

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun 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 ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan 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 norma yang berlaku pada perguruan tinggi.

Bekasi, 23 Juli 2023

Yang membuat
pernyataan



Sarah Debora Turnip

NIM : 192411013

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah in, saya :

Nama : Sarah Debora Turnip
NIM : 192411013
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 yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Wardah 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 pangkalan data (database). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya 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 Juli 2023

Yang membuat
pernyataan



Sarah Debora Turnip

NIM : 192411013

HALAMAN PERSEMBAHAN

**Serahkanlah perbuatanmu kepada Tuhan, maka terlaksanalah segala
rencanamu.**

Amsal 16:3

Kupersembahkan untuk:

Bapakku Lismer Turnip dan Ibuku Alida Hotma Uli Naibaho

Kakakku Vani dan ketiga adikku Daniela, Jordan dan Geral

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen Wardah, khususnya masyarakat Kota Bekasi. Jumlah sampel sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria responden yaitu usia responden minimal 17 tahun dan berdomisili di Kota Bekasi. Selain itu responden pernah dan melakukan pembelian produk Wardah minimal 1 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Hasil penelitian uji parsial (uji t) dengan taraf signifikan 5% menunjukkan hasil signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada hasil uji f hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, yang menyatakan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Wardah di Kota Bekasi.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image and product quality on purchasing decisions for Wardah cosmetic products. This study uses a quantitative research design. The population of this research is consumers of Wardah, especially the people of Bekasi City. The number of samples is 150 respondents. The sampling technique uses purposive sampling using the respondent's criteria, namely the respondent's age is at least 17 years and lives in Bekasi City. In addition, respondents have purchased Wardah products at least once in the last 6 months. The results of the partial test (t test) with a significant level of 5% show a significance result of $0.000 < 0.05$, which means that the brand image and product quality variables have a significant effect on purchasing decisions. In the f test results, a significant result is $0.000 < 0.05$, which states that the brand image and product quality variables together have a significant effect on the purchasing decision of Wardah in Bekasi City.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh kerana anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti. Adapun judul dari penulisan skripsi ini berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Wardah di Kota Bekasi)**

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Dengan tersusunnya skripsi ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua penulis Lismer Turnip dan Alida Hotma Uli Naibaho yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi dan dukungan lahir maupun batin serta doa yang tiada henti kepada penulis dan kepada bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang memberikan arahan dan bimbingan dengan ketelitian dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini, serta pihak-pihak yang memberikan dukungan kepada penulis diantara yang terhormat:

1. Ketua Pembina Yayasan Prima Bina Bangsa, dr. Marion E. Aritonang.
2. Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa, Horas Sebastian E.Tobing.
3. Ketua Tri Bhakti Business School, Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom.
4. Ketua Program Studi Manajemen, Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu memberikan arahan dan saran kepada penulis selama proses perkuliahan.

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 bagian akademik yang sudah membantu keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi dan selama belajar di STIE Tri Bhakti.
7. Mama dan Bapa tercinta, Alida Hotma Uli Naibaho dan Lismer Turnip. Terima kasih atas semangat dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis.
8. Kepada diri ini (Sarah Debora Turnip) yang sudah berjuang dan bertahan selama penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
9. Kakakku Agustina Evi Vani, dan ketiga adikku, Sumiati Daniela, Jordan Samuel dan Geraldo atas keceriaan yang selalu diberikan untuk dukungan dalam penulisan skripsi ini.
10. Sahabatku selama masa kuliah Oktaviani Lestari, Chriselda Putri Hendrita dan Retno Melindawati atas perhatian, dukungan, bantuan dan motivasi yang telah diberikan selama perkuliahan sampai penyelesaian skripsi ini.
11. Rekan seperjuangan selama masa kuliah Febriza Ninda, Arda Kusuma, Timothy, Theo, Ali, Lutfhi, Jevon dan Ronaldo untuk kerja sama dan dukungan yang telah diberikan
12. Sahabat-sahabat SMA ku Indah Sari, Alvian Togap, Novia Lestari, Triyanti, Citra Loviana dan Wahyu Daniel.
13. Seluruh teman-teman mahasiswa angkatan 2019 atas kerja sama dan dukungan yang diberikan.
14. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang sudah membantu.

Bekasi, 03 Agustus 2023



Sarah Debora Turnip

NIM : 192411013

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Batasan Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Citra Merek	17
2.1.3 Kualitas Produk.....	21
2.1.4 Keputusan Pembelian	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Penelitian	33
2.4 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian	37

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	37
3.2.1 Definisi Operasional Variabel	37
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel	42
3.4 Sumber Data	43
3.4.1 Data Primer	43
3.4.2 Data Sekunder.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Teknik Analisis Data	45
3.6.1 Analisis Data Kuantitatif	46
3.6.2 Analisis Deskriptif	46
3.6.3 Uji Instrumen	46
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.5 Analisis Data.....	49
3.6.6 Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	53
4.1.3 Logo Perusahaan.....	54
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	54
4.1.5 Pilihan Produk Wardah.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	58
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	61
4.2.3 Uji Instrumen	66
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.2.5 Analisis Data.....	75
4.2.6 Uji Hipotesis	77
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	80

4.3.1 Pembahasan Hasil Kuesioner.....	80
4.3.2 Pembahasan Hasil Penelitian	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran	87
5.3 Implikasi Penelitian	88
5.3.1 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	88
5.3.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	38
Tabel 3. 2 Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	40
Tabel 3. 3 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	41
Tabel 3. 4 Skala Likert	45
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	61
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	62
Tabel 4. 7 Penilaian Variabel Citra Merek.....	62
Tabel 4. 8 Hasil Penilaian Kualitas Produk.....	63
Tabel 4. 9 Penilaian Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Citra Merek	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	70
Tabel 4. 14 Penilaian Variabel Keputusan Pembelian	70
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heterokedastisitas	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji Autokorelasi.....	74
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4. 21 Hasil Uji Parsial (Uji t)	77
Tabel 4. 22 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	78
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefesien Determinasi	79
Tabel 4. 24 Hasil Kuesioner Citra Merek	80
Tabel 4. 25 Hasil Kuesioner Kualitas Produk	81
Tabel 4. 26 Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara Dengan Konsumsi Produk Kecantikan Halal Terbesar di Dunia	2
Gambar 1. 2 7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Hasil Pra-Survey	6
Gambar 1. 4 Brand Lokal Terlaris di E-Commerce.....	7
Gambar 1. 5 10 Daerah dengan Penduduk Bertransaksi E-Commerce Tertinggi.....	8
Gambar 4.1 Logo Wardah	55
Gambar 4.2 Skincare Wardah	55
Gambar 4.3 Makeup Wardah.....	56
Gambar 4.4 Bodycare Wardah.....	57
Gambar 4.5 Haircare Wardah.....	57