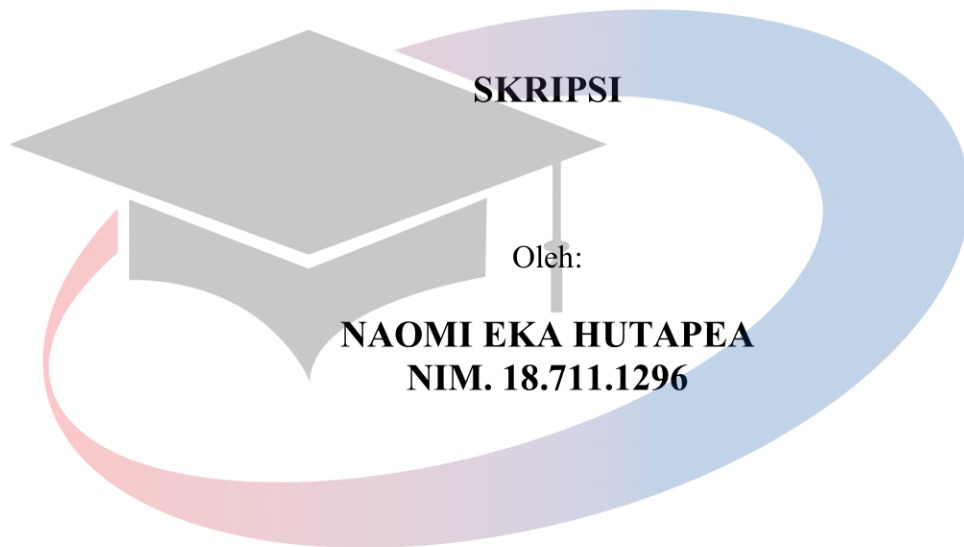


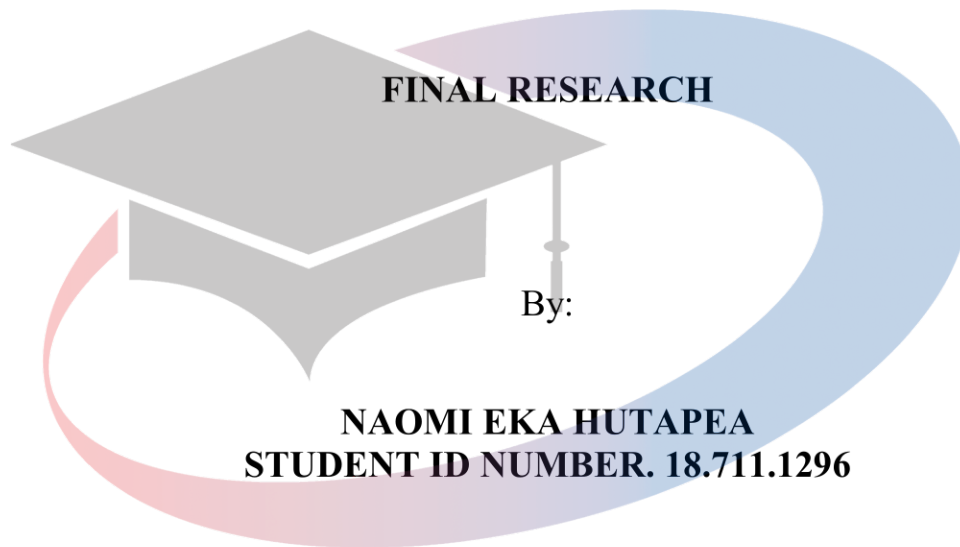
**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK SERTA
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING*
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS
MIKROSKIL MEDAN**



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2022**

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY
AND CONSUMER SATISFACTION ON SCARLETT
WHITENING PRODUCT PURCHASE DECISIONS
ON STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN**



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
UNIVERSITY MIKROSKIL
MEDAN**

2022

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK SERTA
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING*
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS
MIKROSKIL MEDAN**

SKRIPSI

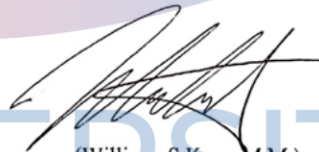
Dengan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

**NAOMI EKA HUTAPEA
NIM. 18.711.1296**

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



(William, S.Kom., M.M.)

Medan, 18 Juli 2022
Diketahui dan Disahkan Oleh
Ketua Program Studi
Manajemen


UNIVERSITAS
MIKROSKIL

(Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M. Si)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

NIM : 187111296

Nama : Naomi Eka Hutapea

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Serta Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan

Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil Medan

Alamat Penelitian : Jln. Thamrin No. 124, 140, 112 Medan

No. Telp Tempat Penelitian : 0822-1079-0252

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya)**. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah**.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 18 Juli 2022



Naomi Eka Hutapea



UNIVERSITAS MIKROSKIL

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Serta Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan. Penelitian ini menggunakan teknik *Nonpurposive sampling* dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan *google form* terhadap 82 sampel yaitu mahasiswi Program Studi Manajemen yang menggunakan produk *Scarlett Whitening*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *Scarlett Whitening* studi kasus mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan. Selanjutnya hasil secara simultan (Uji F) yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen) berpengaruh terhadap variabel independen (Keputusan Pembelian). *Adjusted R²* menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian dapat menjelaskan variasi terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 63,6% dan sisanya 36,4% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian*

UNIVERSITAS MIKROSKIL

ABSTRAK

This study aims to determine and analyze the effect of the influence of brand image, product quality and consumer satisfaction on purchasing decisions for Scarlett Whitening products in Management Study Program students, Mikroskil University, Medan. This study used a nonpurposive sampling technique by distributing online questionnaires using google form to 82 samples, namely Management Study Program students who used the Scarlett Whitening product. The data analysis method used in this research is multiple linear regression. Partial testing (t test) shows that Product Quality and Consumer Satisfaction variables have an effect on Purchase Decisions, while the Brand Image variable has no effect on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening products, a case study student of the Management Study Program, University of Mikroskil Medan. Furthermore, the results simultaneously (Test F) which shows that the three independent variables (Brand Image, Product Quality, and Consumer Satisfaction) affect the independent variable (Purchase Decision). Adjusted R^2 shows that the variables of Brand Image, Product Quality, and Purchase Decision can explain the variation of the Purchasing Decision variable is 63.6% and the remaining 36.4% is explained by other variables not examined in this study.

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

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Serta Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak William, S.Kom.,M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Suci Pertiwi, S.E.,M.Si., selaku Dosen Pendamping II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Pahala Sirait, S. T, M. Kom., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si., selaku dosen wali yang sangat inspiratif.
5. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.
6. Orang tua penulis, Alm. Bapak Diwan Hutapea dan Ibu Linda Sibuea yang telah mendidik saya dan yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tidak terhingga. Kakak penulis

Mikhael Parningotan Hutapea, Indra Martua Hutapea, S.Pd., Maria Magdalena Hutapea, Ora Etlabora Uli Basa Hutapea, amd.keb, dan adik penulis Andreas Hutapea yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi dapat terselesaikan.

7. Mahasiswi Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Mikroskil Medan selaku responden, penulis mengucapkan terima kasih atas waktu luang untuk mengisi kuesioner yang telah saya bagikan, berkat responden saya bisa mengolah data dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat penulis yang sangat saya sayangi dan kasihi Romanti Sipahutar, Muna Lolita Silalahi, Mayessi Novita Sari Siahaan, Ruth Yolanda Sinurat, Rahelda Antalisa Aritonang, Kezia Sibuea yang telah memberikan banyak doa, motivasi, semangat, penghiburan dikala stres dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
9. Teman terkasih Salomo Simangunsong yang telah menjadi salah satu penyemangat penulis dan tak pernah lelah untuk selalu mendengarkan keluhan, memberikan bantuan doa, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 18 Juli 2022

Penulis



Naomi Eka Hutapea

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Originalitas	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Manajemen	11
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.4 Konsep Inti Pemasaran	12
2.1.5 Bauran Pemasaran	14
2.1.6 Keputusan Pembelian	15
2.1.7 Merek.....	19
2.1.8 Citra Merek.....	21
2.1.9 Kualitas Produk	24
2.1.10 Kepuasan Konsumen.....	27
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Konseptual	32

2.4	Pengembangan Hipotesis.....	34
2.4.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.4.2	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	35
2.4.3	Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian	35
2.4.4	Pengaruh citra merek, kualitas produk serta kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Jenis Penelitian	37
3.2	Objek Penelitian	37
3.3	Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	39
3.4.1	Penelitian lapangan (Data Primer)	39
3.4.2	Studi Kepustakaan (Data Sekunder).....	40
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	40
3.6	Metode Analisis Data	41
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	42
3.6.2	Pengujian Kualitas Data	42
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik	43
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.6.5	Pengujian Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Hasil Penelitian.....	49
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	49
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuisisioner	52
4.1.3	Gambaran Umum Responden.....	52
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif	55
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data.....	58
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64

4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	69
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis	70
4.1.9 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	72
Tabel 4 20. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.2 Pembahasan	73
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian <i>Produk Scarlett Whitening</i>	73
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening	74
4.2.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Scarlett Whitening</i>	74
4.2.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk seta Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	83
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN.....	88
LAMPIRAN 3 HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	97
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	99
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK.....	102
LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA	105
LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS	106
LAMPIRAN 8 TABEL DISTRIBUSI PENELITIAN	107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hasil Prasurvei Keputusan Pembelian	3
Gambar 1.2. Hasil Prasurvei Citra Merek	4
Gambar 1.3. Hasil Prasurvei Kualitas Produk	6
Gambar 1.4. Hasil Review-review dari Konsumen	7
Gambar 1.5. Hasil Prasurvei Kepuasan Konsumen	7
Gambar 1.2. Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk	55
Gambar 4.4. Grafik Histogram Uji Normalitas	67
Gambar 4.5. Hasil Uji Normalitas dengan Probabiliti Plot	67
Gambar 4.6. Hasil Uji Normalitas Scatterplot	69

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Review Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1. Jumlah Populasi Penelitian	38
Tabel 3.2. Data Sampel dalam Penelitian	40
Tabel 3.3. Skala Likert	41
Tabel 3.4. Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1. Tingkat Pengembalian Kuisioner.....	53
Tabel 4.2. Hasil Statistik Deskriptif Citra Merek	56
Tabel 4.3. Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	57
Tabel 4.4. Hasil Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen	58
Tabel 4.5. Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Citra Merek	60
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	61
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	62
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.10. Hasil Uji Reabilitas Citra Merek.....	64
Tabel 4.11. Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk	64
Tabel 4.12. Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen.....	65
Tabel 4.13. Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test.....	68
Tabel 4.16. Hasil Uji Residul Glejser	70
Tabel 4.17. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	72
Tabel 4.19. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	73
Tabel 4.20. Hasil Analisa Koefisien Determinan (R ²).....	73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	84
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN.....	89
LAMPIRAN 3 HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	98
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	100
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	103
LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	105
LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS	106
LAMPIRAN 8 KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)	106
LAMPIRAN 9 TABEL DISTRIBUSI.....	107
LAMPIRAN 10 DOKUMEN PENELITI.....	115



UNIVERSITAS
MIKROSKIL