

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA  
PADA KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SKINTIFIC DI  
CIKARANG**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
NURLINA  
NIM : 112010678**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA  
PADA KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SKINTIFIC DI  
CIKARANG**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH :**  
**NURLINA**  
**NIM : 112010678**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, dosen pembimbing proposal skripsi :

Nama Mahasiswa : Nurlina  
Nim : 112010678  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Produk Skintific Di Cikarang

Menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian tugas akhir pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 01 Juni 2024

Pembimbing



Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M  
NIDN : 0313037903

**Lembar Pengesahan Publikasi Pengganti Ujian Sidang Skripsi**

SKRIPSI

***PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN  
KONSUMEN PRODUK SKINTIFIC DI CIKARANG***

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nurlina  
112010678

Telah dipublikasikan pada *Management Studies Entrepreneurship Journal* (MSEJ), Volume 5 Nomor 2 tahun 2024, terakreditasi Sinta 4 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

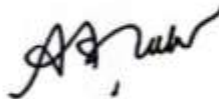
Bekasi, 20 Juli 2024

Ka.Prodi Manajemen



Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc  
NIDN: 0406068402

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr.Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurlina  
NIM : 112010678  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Produk Skintific Di Cikarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 01 Agustus 2024

Tanda Tangan

  
Nurlina

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena Allah SWT tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”.

(QS. Al-Baqarah:286)

“Orang lain tidak akan paham posisi sulitmu, orang lain tidak peduli bagaimana alur dari hasilmu, maka teruslah berjuang tanpa berisik, teruslah berjalan meskipun pelan, teruslah hidup meskipun nyala dalam dirimu sering kali redup. Dan jangan hiraukan penilaian buruk orang lain, karena hidupmu adalah milikmu.

*Keep fighting and don't forget to love yourself, Always!™*.

(Penulis)

Karya ini kupersembahkan buat :

- Ibunda tercinta (Alm) Tayu, Ayahanda tercinta Rastija, dan juga ayahanda beserta kakak-kakak, karena doa tulus dan dukungannya yang tak pernah putus. Serta orang-orang terdekat yang tersayang.
- Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah Nya kepada penulis sehinggalah bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Produk Skintific Di Cikarang”**, ini dengan baik. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB). Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Hamzah M. Mardi Putra, S.K.M., M.M selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.
3. Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.
4. Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa selalu memberikan saran dengan penuh kesabaran kepada saya dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Terima kasih yang tak terhingga untuk kedua orang tua tercinta yaitu almarhumah ibunda tercinta dan juga ayahanda yang senantiasa selalu memberikan doa dan dukungan serta kasih sayang yang tak terbatas. Terima kasih atas semua yang telah kalian berikan.
6. Terima kasih kepada kakak kandung saya Sairoh dan juga kakak ipar saya Tunggal Prabowo yang telah memberikan do'a, dukungan serta bantuannya selama ini, selalu menerima keluh kesah dan selalu menjadi penolong saat masa-masa sulit datang.
7. Terima kasih juga untuk kakak-kakak lainnya, keponakan-keponakan dan seluruh keluarga besar tersayang atas doa dan dukungannya.

8. Terima kasih juga kepada sahabat-sahabat saya sejak mahasiswa baru sampai menjadi mahasiswa tingkat akhir yaitu Alberto Sanjaya, Dian Alia Lestari, Trisabela, Sigit Prayitno, Wawan Wibowo, Enjang Galih, Apip Yafar Sodiq, Aji Julianto, Setiyo Nugroho, Achmad Fadholi, Anisa Wijayanti, Azahra Soleha, Gaga Septifan dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih karena telah mewarnai masa-masa perkuliahan.

Akhirnya, penulis ucapkan juga terima kasih kepada semua orang yang telah terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu. Penulis sangat menyadari masih banyak keterbatasan pada susunan Skripsi sehingga kritik dan saran sangat diharapkan demi perbaikan penulisan laporan penelitian di kemudian hari. Namun demikian, penulis tetap berharap semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. *Aamiin. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Cikarang, 02 Juni 2024

Penulis

Nurlina



## DAFTAR ISI

|   |           |
|---|-----------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                              | i         |
| <b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....       | ii        |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                          | iii       |
| <b>PERMYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....                | iv        |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....                      | v         |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                             | vi        |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                 | viii      |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                               | xi        |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                              | xii       |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                            | xiii      |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                   | xiv       |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                    | xv        |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....                          | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang .....                                | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                               | 7         |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                              | 7         |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                             | 8         |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....                          | 8         |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....                      | <b>10</b> |
| 2.1 Landasan Teori.....                                 | 10        |
| 2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....              | 10        |
| 2.1.2 Kepuasan Konsumen.....                            | 10        |
| 2.1.3 Keputusan Pembelian.....                          | 12        |
| 2.1.4 Kualitas Produk.....                              | 14        |
| 2.1.5 Citra Merek .....                                 | 16        |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                          | 17        |
| 2.3 Hipotesis.....                                      | 21        |
| 2.4 Model Penelitian .....                              | 26        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                  | <b>27</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian Dan Desain Penelitian.....         | 27        |
| 3.1.1 Jenis Penelitian .....                            | 27        |
| 3.1.2 Desain Penelitian .....                           | 27        |
| 3.2 Tempat dan Waktu Peneliatian .....                  | 29        |
| 3.3 Operasionalisasi Variabel .....                     | 29        |
| 3.3.1 Populasi, Sampel, Metode Pengambilan Sampel ..... | 33        |
| 3.3.2 Populasi.....                                     | 33        |
| 3.3.3 Sampel .....                                      | 33        |
| 3.4 Jenis, Sumber, Teknik Pengumpulan Data .....        | 35        |
| 3.4.1 Jenis Data.....                                   | 35        |
| 3.4.2 Sumber Data .....                                 | 35        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....                        | 35        |
| 3.6 Metode Analisis .....                               | 36        |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.6.1 Analisis Outer Model .....                            | 37        |
| 3.6.2 Analisa Inner Model .....                             | 38        |
| 3.7 Pengujian Hipotesis .....                               | 38        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>          | <b>39</b> |
| 4.1 Analisis Data .....                                     | 39        |
| 4.1.1 Karakteristik Responden .....                         | 39        |
| 4.2 Profil Responden.....                                   | 39        |
| 4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....                | 39        |
| 4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 40        |
| 4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 41        |
| 4.3 Hasil dan Analisis Penelitian .....                     | 41        |
| 4.3.1 Merancang Path Outer Model .....                      | 42        |
| 4.3.2 Uji Validitas.....                                    | 42        |
| 4.3.3 Uji Reliabilitas .....                                | 44        |
| 4.3.4 Analisa Inner Model .....                             | 46        |
| 4.3.5 Analisa Hipotesis .....                               | 46        |
| 4.4 Pembahasan .....  | 49        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                   | <b>54</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....  | 54        |
| 5.2 Saran .....   | 55        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                 | <b>56</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Penelitian Kecil Kepuasan Konsumen Produk Skintific di Cikarang.... | 4  |
| Tabel 1. 2 Kesenjangan Penelitian (Research Gap).....                          | 5  |
| Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian .....                                    | 29 |
| Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel .....                                     | 30 |
| Tabel 4. 1 Outer Loading.....  | 43 |
| Tabel 4. 2 Average Variance Extracted (AVE).....                               | 44 |
| Tabel 4. 3 Composite Reliability .....   | 45 |
| Tabel 4. 4 Cronbach Alpha .....  | 45 |
| Tabel 4. 5 R-Square.....   | 46 |
| Tabel 4. 6 Summary Coefficient.....  | 46 |
| Tabel 4. 7 Special Indirect effects.....                                       | 48 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Model Penelitian .....            | 26 |
| Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....            | 28 |
| Gambar 4. 1 Diagram Usia.....                 | 39 |
| Gambar 4. 2 Diagram Jenis Kelamin .....       | 40 |
| Gambar 4. 3 Diagram Pendidikan Terakhir ..... | 41 |
| Gambar 4. 4 Path Outer Model .....            | 42 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran 1 Lampiran Kuesioner .....              | 61 |
| Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner .....              | 64 |
| Lampiran 3 Diagram Usia.....                     | 72 |
| Lampiran 4 Diagram Jenis Kelamin .....           | 75 |
| Lampiran 5 Diagram Tingkat Pendidikan.....       | 76 |
| Lampiran 6 Path Outer Model.....                 | 76 |
| Lampiran 7 Outer Loading.....                    | 77 |
| Lampiran 8 Average Variance Extracted (AVE)..... | 77 |
| Lampiran 9 Composite Reliability .....           | 77 |
| Lampiran 10 Cronbach Alpha.....                  | 78 |
| Lampiran 11 Cronbach Alpha.....                  | 78 |
| Lampiran 12 Summary Coefficient .....            | 78 |
| Lampiran 13 Special Indirect effects .....       | 78 |

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON  
PURCHASING DECISIONS AND ITS IMPACT ON CONSUMER  
SATISFACTION OF SKINTIFIC PRODUCTS AT CIKARANG***

Nurlina<sup>1)</sup>

Anna Wulandari<sup>2)</sup>

***ABSTRACT***

*In its role as a benchmark for how a scientific product becomes superior and competitive in the market, of course it results from the product quality, brand image and promotion of a product that is prepared. The aim of this research is to determine the influence of Product Quality and Consumer Satisfaction on Purchasing Decisions and its impact on consumer satisfaction as a mediating variable. This research uses quantitative methods with a sample size of 100 respondents. This research was processed using SmartPLS and data collection was carried out via Google forms. Product quality has a significant effect on purchasing decisions with a value of 3.679. Product Quality has no effect on Consumer Satisfaction which has a value of 1.509. Consumer Satisfaction has a significant effect on Purchasing Decisions with a value of 2.987. The Brand Image variable has a significant effect on Purchasing Decisions with a value of 3.303. Brand Image influences consumer Satisfaction with a value of 4.104. Product Quality has no effect on Consumer Satisfaction and Purchasing Decisions has a value of 1.457. Brand Image has a significant effect on Consumer Satisfaction and Purchasing Decisions with a value of 2.108.*

*Keywords: Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Purchasing Decisions*

1) Mahasiswa

2) Dosen Pembimbing

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN  
KONSUMEN PRODUK SKINTIFIC DI CIKARANG**

Nurlina<sup>1)</sup>

Anna Wulandari<sup>2)</sup>

**ABSTRAK**

Dalam perannya sebagai tolak ukur bagaimana produk skintific menjadi hal yang unggul dan kompetitif di pasaran, tentunya dihasilkan dari kualitas produk, citra merek dan promosi suatu produk yang dipersiapkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan jumlah sampel dengan jumlah yaitu sebanyak 100 responden. Penelitian ini diolah dengan menggunakan SmartPLS dan pengumpulan data dilakukan melalui formulir Google. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai 3,679. Kualitas Produk tidak berpengaruh Kepuasan Konsumen memiliki nilai 1,509. Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai 2,987. variabel Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai 3,303. Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen memiliki nilai 4,104. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian memiliki nilai 1,457. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan pembelian memiliki nilai 2,108.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian