

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HAND & BODY LOTION NIVEA DI KOTA PADANG**



OLEH :

GUSNIKE INSANILAHIA

1910011211050

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND AND BODY LOTION NIVEA*
(Studi Kasus Pada Konsumen *Hand and Body Lotion Nivea* di Kota Padang)

Oleh

Nama : Gusnike Insanilahia

NPM : 1910011211050

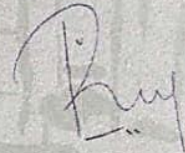
Tim Penguji

Ketua



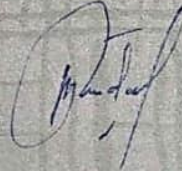
(Reni Yuliviona. S.E., MM., Ph.D)

Sekretaris



(Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc)

Anggota



(Irda, S.E., MA)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana majemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 18 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

Dekan



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN VARIASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND AND BODY*
LOTION NIVEA DI KOTA PADANG**

Gusnike Insanilahia

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan variasi produk terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Nivea di Kota Padang. Sampel yang digunakan 80 responden. Teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*. Data diolah menggunakan SPSS. Jenis data pada penelitian ini yaitu data kuantitatif. Sumber data yaitu data primer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian *hand and body lotion* Nivea di Kota Padang, Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian *hand and body lotion* Nivea di Kota Padang, dan Variasi Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian *hand and body lotion* Nivea di Kota Padang .

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Variasi Produk, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND
PRODUCT VARIATION ON THE PURCHASE DECISION OF NIVEA
HAND AND BODY LOTION IN PADANG CITY***

Gusnike Insanilahia

*Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University*

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, brand image and product variety on purchasing decisions for Nivea hand and body lotion in Padang City. The sample used was 80 respondents. The sampling technique is purposive sampling. Data is processed using SPSS. The type of data in this study is quantitative data. The data source is primary data. The results of this study indicate that product quality has a positive effect on purchasing decisions for Nivea hand and body lotion in Padang City, brand image has a positive effect on purchasing decisions for Nivea hand and body lotion in Padang city, and product variety has a positive effect on purchasing decisions for hand and body lotion. Nivea in Padang City.

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

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	8
KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	8
2.1 Kajian Literatur	8
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2 Kualitas Produk.....	10
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	10
2.1.3 Citra Merek	12
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	12
2.1.4 Variasi Produk.....	13
2.1.4.1 Pengertian Variasi Produk.....	13
2.2 Pengembangan Hipotesis	16
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	16
2.2.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	17
2.2.3 Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.3 Kerangka Konseptual.....	19
BAB III.....	20

METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Objek Penelitian, Populasi, dan Sampel	20
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.3 Definisi Operasional.....	21
3.3.1 Keputusan Pembelian.....	21
3.3.2 Kualitas Produk.....	23
3.3.3 Citra Merek	24
3.3.4 Variasi Produk.....	25
3.4 Pengukuran Instrumen	27
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.5.1.1 Uji Validitas	28
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	29
3.5.2 Analisis Deskriptif	30
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	32
3.5.3.2 Uji Multikolinieritas.....	32
3.5.4 Uji Hipotesis.....	33
3.5.4.1 Uji F	33
3.5.4.2 Uji T	34
BAB IV	35
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Prosedur Pengambilan Sampel.....	35
4.1.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Umur, Pendidikan, dan Pekerjaan.....	36
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	38
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.2.1.1 Keputusan Pembelian (Y)	38
4.2.1.2 Kualitas Produk (X1)	40
4.2.1.3 Citra Merek (X2).....	41
4.2.1.4 Variasi Produk (X3)	42

4.2.2 Analisis Deskriptif	43
4.2.2.1 Keputusan Pembelian.....	43
4.2.2.2 Kualitas Produk.....	45
4.2.2.3 Citra Merek	46
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	49
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	50
4.2.4 Uji Hipotesis.....	51
4.2.4.1 Uji F	51
4.2.4.2 Uji T	52
4.3 Pembahasan.....	53
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	53
4.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	54
4.3.3 Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	55
BAB V.....	57
PENUTUP.....	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Implementasi Penelitian.....	57
5.3 Keterbatasan dan Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Kategori <i>Hand and Body Lotion</i> Tahun 2019-2023	2
Tabel 1.2 Fenomena Keputusan Pembelian <i>Hand and Body Lotion</i> Nivea di Kota Padang	3
Tabel 3.1 Pengukuran Instrumen.....	27
Tabel 3.2 Tingkat Capaian Responden (TCR).....	31
Tabel 4.1 Prosedur Pengambilan Sampel.....	35
Tabel 4.2 Profil Responden.....	36
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Variasi Produk	42
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk	45
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Citra Merek.....	46
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variasi Produk	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Nilai Residual.....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	19
--------------------------------------	----