



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *PRODUK FACE WASH BIORE*
DI KOTA SEMARANG**

(Studi Pada Konsumen *Face Wash Biore* Di Kota Semarang)

SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Disusun oleh :

Kirania Putri Basti

NIM. 14030119110048

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2023

Surat Pernyataan
Keaslian Karya Ilmiah (Skripsi / Ta*)

Saya Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini:


Nama Lengkap : Kirania Putri Basti
Nomor Induk Mahasiswa : 14030119110048
Tempat / Tanggal Lahir : Bontang, 13 November 2000
Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
Alamat : Jl. Maluku No.11 Rt.16 Btn Key,
Bontang, Kalimantan

Menyatakan Dengan Sesungguhnya Bahwa Karya Ilmiah (Skripsi/Ta) Yang Saya Tulis Berjudul:
Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Face Wash Biore Di Kota Semarang
(Studi Pada Konsumen Face Wash Biore Di Kota Semarang)

Adalah Benar-Benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, Bukan Hasil Karya Ilmiah Orang Lain Dan Juga Tidak Mengandung Plagiasi Dari Sumber Informasi Lainnya. Hal Ini Diperkuat Dengan Hasil Uji Kemiripan Turnitin Yang Kurang Dari 20%. Apabila Di Kemudian Hari Ternyata Karya Ilmiah Yang Saya Tulis Itu Terbukti Bukan Hasil Karya Ilmiah Saya Sendiri Atau Hasil Plagiasi Karya Orang Lain, Maka Saya Sanggup Menerima Sanksi berupa Pembatalan Hasil Karya Ilmiah Saya Dengan Seluruh Implikasinya, Sebagai Akibat Kecurangan Yang Saya Lakukan.


Demikian Surat Pernyataan Ini Saya Buat Dengan Sebenar-Benarnya Dan Dengan Penuh Kesadaran Serta Tanggung Jawab.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

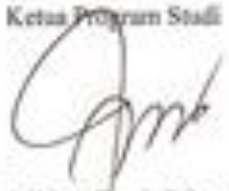

Dinalotari Parbuwari S.E., M.Si., Akt
Nip. 198709052014042002

Semarang,

Pembuat Pernyataan,


Kirania Putri Basti
Nim.14030119110048

Ketua Program Studi


Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
Nip. 197603202003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Face Wash Biore di Kota Semarang (Studi pada Konsamen Face Wash Biore Di Kota Semarang)

Nama Penyusun : Kirania Putri Basti

NIM : 14010119110048

Program Studi : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang,

Dekan



Prof. Dr. Drs. Hardi Warseno, M. T.
NIP. 196408271990011001

Wakil Dekan

Akademik dan Kemahasiswaan



Dr. Drs. Teguh Yurwono, M.Pol. Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing

Dinallestari Parbowati S.E., M.Si., Akt

Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si

Dosen Penguji

Dinallestari Parbowati S.E., M.Si., Akt

Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si

Prof. Dr. Drs. Ngarno M.M



(.....)



(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Setiap manusia akan menjalani setahap demi setahap kehidupannya. Proses yang kita jalani pasti ada keindahannya, sama seperti Allah menciptakan senja, langit malam, dan keindahan ketika rembulan bersinar. - (al-insyiqaq)”

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang maha Esa, Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang setiap saat, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Diri saya sendiri yang telah berjuang untuk segala pencapaian hingga berada di tahap ini.
3. Teman teman perkuliahan satu jurusan saya Cicik, Gita, Opi, Rhea, Joan, dan Bunga yang selalu membantu dan memberikan *support* saya dalam mengerjakan skripsi, serta mewarnai hari-hari saya di dunia perkuliahan.
4. Sahabat saya Farah yang selalu memberikan *emotional support* terhadap saya dan selalu memberikan semangat untuk tidak menyerah dalam kesulitan.
5. Teman saya Nanda yang selalu membantu saya saat dalam kesulitan.
6. Teman-teman seperantauan bontang saya Dila, Nuha, Prima, Nanda, Yafi, adek Akmal, Amad, Naning yang mewarnai hari-hari saya selama di semarang sehingga tidak pernah merasa kesepian, selalu membantu saya, memberikan kenangan yang baik untuk kota Semarang, juga selalu mensupport saya dalam menyusun skripsi.
7. Teman-teman 29/7 saya Farah, Vivi, Tika, Wina, Shafa, Erica yang selalu menghibur saya dan memberikan support.
8. Teman-teman Adbis 2019 yang turut membantu saya perihal kehidupan kampus, baik urusan akademik maupun lainnya.

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FACE WASH BIORE DI KOTA SEMARANG

(Studi Pada Konsumen Face Wash Biore Di Kota Semarang)

ABSTRAKSI

Produk kecantikan merupakan produk yang akhir-akhir ini sangat populer di kalangan konsumen, termasuk produk perawatan kulit seperti *Face Wash*. Brand *skincare* harus dapat mempertahankan *Brand Image* yang telah dimilikinya seperti keunggulan *ingredients* yang dimiliki oleh produk tersebut, penetapan harga yang dapat bersaing, dan promosi yang tepat pada target sasaran. Kualitas pada sebuah produk yang ditawarkan oleh perusahaan menjadi penilaian konsumen, dengan melakukan identifikasi sederhana yang cepat guna melakukan keputusan berdasarkan Kualitas yang ditawarkan. Citra yang terdapat pada *brand* memiliki fungsi yang krusial untuk memberikan pengaruh dari karakter konsumen dalam membeli. Maka dari itu *Brand Biore* ini menjadi salah satu produk yang mendapatkan banyak kepercayaan dari konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Biore Face Wash di Kota Semarang. Tipe penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Research*. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *nonprobability sampling* dan *purposive sample*. Penelitian ini menggunakan 100 responden yang merupakan pengguna Biore *Face Wash* di Kota Semarang. Pengumpulan data dilakukan secara *online* dengan menggunakan *google form*. Penelitian ini menggunakan analisis uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linear sederhana, regresi berganda, uji t, dan uji F dengan bantuan software SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh antara *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pengguna Biore *Face Wash*.

Berdasarkan hasil tersebut, Biore Face Wash disarankan lebih mengupdate produknya dengan minat konsumen dan belum mampu menghadirkan produk yang sesuai dengan kebutuhan kulit dan wajah. Selain itu, Biore *Face Wash* dapat mengupgrade produknya dengan *ingredients* yang lebih maksimal kinerjanya, sehingga hal-hal yang di keluhkan oleh konsumen dapat teratasi dengan baik.

Kata kunci : *brand image*, kualitas produk, keputusan pembelian

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE
DECISIONS OF FACE WASH BIORE PRODUCTS IN SEMARANG CITY
(Study on Biore Face Wash Consumers in Semarang City)**

ABSTRACT

Beauty products have become exceedingly popular among consumers recently, including skincare items like Face Wash. Skincare brands must uphold their established Brand Image, encompassing advantages such as the product's superior ingredients, competitive pricing strategies, and precise promotion directed towards the intended audience. The quality of a company's offerings serves as a consumer assessment criterion, where swift and straightforward identification enables decisions grounded in the offered quality.

The brand's image plays a crucial role, exerting influence over consumer inclinations during purchases. Therefore, Biore as a brand has earned substantial consumer trust. This research aims to comprehend the impact of brand image and product quality on purchasing decisions concerning Biore Face Wash in Semarang City. The research employs the Explanatory Research type, while the sampling technique relies on nonprobability sampling and purposive sampling. The study incorporates 100 respondents who are Biore Face Wash users in Semarang City. Data collection is executed online through Google Forms. The research encompasses analyses of validity, reliability, correlation coefficients, determination coefficients, simple linear regression, multiple regression, t-test, and F-test using SPSS software version 26.

Research outcomes demonstrate that brand image significantly influences purchasing decisions, product quality significantly influences purchasing decisions, and there exists an interplay between brand image and product quality in shaping the purchasing decisions of Biore Face Wash users.

Based on these findings, it is advisable for Biore Face Wash to refine its products in alignment with consumer interests and to address the existing shortfall in meeting skin and facial needs. Furthermore, enhancing Biore Face Wash with more effective ingredients can alleviate consumer concerns effectively.

Keywords : *brand image, product quality, buying decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Face Wash Biore di Kota Semarang (Studi pada Konsumen Face Wash Biore Di Kota Semarang)”** ini tidak lepas dari adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan kali ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berpartisipasi untuk membantu saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M. T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos, M.Si selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Dinalestari Purbawati S.E., M.Si., Akt selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing dan dosen penguji
5. Prof. Dr. Drs. Ngatno M.M selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Dosen Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas ketersediaannya untuk mengisi kuesioner yang saya berikan
8. Serta berbagai pihak yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang diberikan pembaca sangat diterima penulis dengan kelapangan hati. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang,

Kirania Putri Basti

NIM. 14030119110048

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAKSI	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.5 Landasan Teori.....	12
1.5.1 Perilaku Konsumen	12
1.5.2 <i>Brand Image</i>	19
1.5.3 Kualitas Produk	22
1.5.4 Keputusan Pembelian	26
1.6 Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	29
1.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	29
1.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
1.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
1.7 Penelitian Terdahulu	31
1.8 Hipotesis	32
1.9 Definisi Konseptual	33
1.9.1 <i>Brand Image</i>	34
1.9.2 Kualitas produk	34
1.9.3 Keputusan Pembelian	34
1.10 Definisi Operasional	34
1.10.1 <i>Brand Image</i>	34
1.10.2 Kualitas Produk	34
1.10.3 Keputusan Pembelian	35
1.11 Matriks Tabel.....	35
1.12 Metode Penelitian	38
1.12.1 Tipe Penelitian	38

1.12.2 Populasi Dan Sampel	38
1.12.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
1.12.4 Jenis dan Sumber Data	40
1.12.5 Skala Pengukuran.....	41
1.12.7 Teknik Pengolahan Data	42
1.12.8 Instrumen Penelitian.....	42
1.12.9 Teknik Analisis Data.....	43
BAB II GAMBARAN UMUM PT. KAO INDONESIA DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	48
2.1 Gambaran Umum perusahaan PT. Kao Indonesia.....	48
2.1.1 Sejarah Kao Indonesia.....	48
2.1.2 Sejarah Merek Produk Biore Face Wash.....	51
2.2 Visi, Misi, Nilai, dan Logo Perusahaan	52
2.2.1 Visi PT. Kao Indonesia.....	52
2.2.2 Misi PT. Kao Indonesia.....	52
2.2.3 Nilai-nilai PT. Kao Indonesia	53
2.2.4 Logo PT. Kao Indonesia.....	53
2.3 Produk Biore	54
2.3.3 Make Up Remover	56
2.3.4 UV Protection.....	58
2.3.5 Hand Soap	61
2.3.6 Sabun Mandi Cair.....	61
2.3.7 Shampo dan Sabun mandi All-in-1	62
2.4 Karakteristik Responden.....	63
2.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
2.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
2.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
2.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	64
2.4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per-Bulannya.....	65
2.4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Biore Face Wash Per-Bulannya	66
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
3.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas	67
3.1.1 Uji Validitas.....	68
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	71
3.2 Analisis Dan Interpretasi Penelitian.....	72
3.2.1 Rekapitulasi Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	73
3.2.2 Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk (X2).....	76
3.2.3 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	82
3.3 Analisis Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	86
3.3.1 Koefisien Korelasi	86

3.3.2 Koefisien Determinasi	87
3.3.3 Regresi Linear Sederhana.....	88
3.3.4 Uji T.....	89
3.4 Analisis Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	89
3.4.1 Koefisien Korelasi	90
3.4.2 Koefisien Determinasi	91
3.4.3 Regresi Linear Sederhana.....	91
3.4.4 Uji T.....	92
3.5 Analisis Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	93
3.5.1 Koefisien Korelasi	93
3.5.2 Koefisien Determinasi	94
3.5.3 Regresi Linear Berganda	95
3.5.4 Uji F	96
3.6 Pembahasan.....	98
3.6.1 Pengaruh Brand Image Terhdap Keputusan Pembelian	98
3.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	100
3.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	101
BAB IV PENUTUP	105
4.1 Kesimpulan	105
4.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
Lampiran.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Produk Skincare yang Paling Sering Dipakai	3
Gambar 2 Merek Face Wash Paling Banyak Di Pakai	4
Gambar 3 Review Produk Acne Care Facial Foam	6
Gambar 4 Review Produk Mild Smooth Facial Foam.....	7
Gambar 5 Review Bright and Oil Clear Facial Foam.....	7
Gambar 6 Proses Keputusan Pembelian	28
Gambar 7 Hipotesis Penelitian.....	33
Gambar 8 Logo PT. Kao Indonesia	53
Gambar 9 Produk Biore Facial Foam Wash	54
Gambar 10 Produk Biore Pore Pack	55
Gambar 11 Produk Biore Make Up Remover.....	56
Gambar 12 Produk Biore UV Protection	58
Gambar 13 Produk Biore Hand Soap.....	61
Gambar 14 Produk Biore Sabun Mandi Cair	61
Gambar 15 Produk Biore Shampo Sabun Mandi All-in-1	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Posisi Top Brand Indeks (Sabun Pembersih Wajah)	4
Tabel 2 Rating Face Wash Biore Tahun 2022	6
Tabel 3 Hasil Pra Survey	8
Tabel 4 Model perilaku konsumen	18
Tabel 5 Tabel Penelitian Terdahulu	31
Tabel 6 Matriks Konsep	35
Tabel 7 skala Likert	41
Tabel 8 Identitas Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 9 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 10 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
Tabel 11 Identitas Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	65
Tabel 12 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulannya	65
Tabel 13 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Biore Face Wash Perbulannya	66
Tabel 14 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	68
Tabel 15 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	69
Tabel 16 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	70
Tabel 17 Tabel Hasil Uji Realibitas Brand Image, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian	72
Tabel 18 Hasil Rekapitulasi Brand Image	73
Tabel 19 Hasil Kategorisasi Brand Image	75
Tabel 20 Hasil Rekapitulasi Kualitas Produk	76
Tabel 21 Hasil Kategorisasi Kualitas Produk	81
Tabel 22 Hasil Rekapitulasi Keputusan Pembelian	82
Tabel 23 Hasil Kategorisasi Keputusan Pembelian	85
Tabel 24 Hasil Analisis Korelasi Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	86
Tabel 25 Hasil Koefisien Determinasi Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	87
Tabel 26 Hasil Regresi Linear Sederhana Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	88
Tabel 27 Hasil Analisis Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	90
Tabel 28 Hasil Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	91
Tabel 29 Hasil Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	92
Tabel 30 Hasil Koefisien Korelasi Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	94
Tabel 31 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	95
Tabel 32 Hasil Uji F Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	97