

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KAHF DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

Ridwan Fadhilah

202110325333



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Digital Marketing* terhadap keputusan pembelian produk Kahf di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Ridwan Fadhilah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325333

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 7 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Dewi Sri Woelandari P.G., SE., M.SC
NIDN. 0303017106

Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd
NIDN. 0306028501

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek, dan
Digital Marketing Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Kahf di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Ridwan Fadhilah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325333

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 7 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Milda Handayani, S.E., M.M
NIDN. 0330087504

Penguji : Dr. Dewi Sri Woelandari P.G., SE., M.SC
NIDN. 0320127504

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dr. Yavan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kahf di Kota Bekasi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Februari 2025
Yang membuat pernyataan



Ridwan Fadhilah
202110325333

ABSTRAK

Ridwan Fadhilah 202110325333. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kahf di Kota Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan *digital marketing* terhadap keputusan pembelian produk Kahf di Kota Bekasi. Dalam era modern, di mana industri perawatan tubuh dan kosmetik semakin berkembang pesat, pemahaman konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menjadi sangat penting. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen produk Kahf dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dengan rumus *lemeshow*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau calon pembeli produk Kahf. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah 100 responden. Dalam melakukan pengujian menggunakan software SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel kualitas produk, citra merek, dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kahf di Kota Bekasi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, *Digital Markeitng*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ridwan Fadhilah 202110325333. *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Digital Marketing on Purchasing Decisions of Kahf Products in Bekasi City.*

This study aims to analyze the influence of product quality, brand image, and digital marketing on the purchase decision of Kahf products in Bekasi City. In the modern era, where the body care and cosmetics industry is growing rapidly, consumers' understanding of the factors that influence purchasing decisions is crucial. The research method used is a survey with a quantitative approach, where data is collected through questionnaires distributed to consumers of Kahf products using an accidental sampling technique with the lemeshow formula. The population in this study is consumers who have bought or are potential buyers of Kahf products. The total sample used in this study was 100 respondents. In conducting tests using SPSS software version 26. Based on the results of the study, the variables of product quality, brand image, and digital marketing have a positive and significant effect on the decision to purchase kahf products in the city of Bekasi.

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



KATA PENGANTAR

Penulis ucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan sehat serta rahmat dan hidayahnya-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek, dan *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kahf Di Kota Bekasi” sebagai syarat kelulusan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi dalam penyusunan skripsi ini, akan tetapi semua itu dapat terlewati dengan adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral dan spiritual. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti S.T., M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dewi Sri Woelandari P.G, S.E., M.SC selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyetujui dan menerima skripsi penulis. Terimakasih atas bimbingannya selama ini, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan sangat baik.

5. Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyetujui dan menerima skripsi penulis. Terimakasih atas bimbingannya dan motivasinya selama ini hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.
6. Dody Kurniawan, S.E., MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu mendukung dan memberikan arahan selama perkuliahan.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu dan pengarahan yang bermanfaat bagi penulis.
8. Kepada kedua orang tua Miftahudin dan Rustiyanti terimakasih telah selalu mendukung apapun pilihan penulis, selalu memberikan amanat dan motivasi kepada penulis, selalu mendoakan. Penulis mempersembahkan karya tulis yang sangat sederhana ini untuk ayah dan mamah yang telah mendidik penulis sampai saat ini dan nanti.
9. Kepada adik tersayang penulis Neysa Nanda Miftiyanti terimakasih telah memberikan semangat penulis dan sudah memberikan inspirasi penulis untuk memberikan yang terbaik. Penulis juga mempersembahkan karya tulis yang sangat sederhana ini untuk adik penulis yang sangat penulis sayangi.
10. Kepada seseorang yang kehadirannya tidak kalah penting teman hidup, terimakasih sudah berkontribusi sangat besar dalam masa pengerjaan skripsi ini. Terimakasih sudah meluangkan waktu, menjadi penyemangat, selalu menemani penulis mendengarkan keluh kesahnya, memberikan doa serta motivasi untuk penulis. Terimakasih sudah menjadi sosok rumah bagi penulis.

11. Teruntuk Sahabat yang saya banggakan Fachrurrozie, Pugo, Adam, Asraf, Zidan, dan Faiz terimakasih telah memberikan pengalaman sangat berharga untuk penulis, terimakasih atas kerjasama, komitmen, dan kekeluargaan yang diberikan.
12. Terimakasih kepada sahabat UKM Badminton Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Adit, Arbi, dan yang lain saya tidak sebutkan satu per satu sudah menemani penulis dari awal menjadi anggota sampai menjadi pengurus selama 2 periode, penulis berharap semoga kalian kelak menjadi orang-orang yang sukses.
13. Terakhir kepada Ridwan Fadhilah selaku penulis, terimakasih sudah bertanggung jawab dan berkomitmen hingga sampai terbentuknya skripsi ini, terimakasih selalu bangkit dalam situasi terendah, dan skripsi ini hasil dari kerja keras yang selama ini diberikan.

Jakarta, 15 Januari 2025

Penulis



Ridwan Fadhilah
202110325333

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Tugas Akhir	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Telaah Teoritis.....	13
2.1.1 Kajian Teori Utama (Grand Theory)	13
2.1.2 Keputusan Pembelian	13
2.1.3 Kualitas produk.....	17
2.1.4 Citra merek	20
2.1.5 Digital marketing	23
2.2 Telaah Empiris.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis.....	34
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	35

2.4.3 Pengaruh <i>Digital marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	36
2.4.4 Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek dan <i>Digital marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1. Desain Penelitian	38
3.2. Model Konseptual	38
3.3. Populasi dan Sampel.....	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2. Sampel	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data	42
3.5. Jenis data	42
3.5.1. Sumber data	43
3.6. Definisi Operasional dan Skala Pengukurannya	43
3.7. Analisis Data	44
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.8. Uji Asumsi Klasik	45
3.8.1. Uji Normalitas.....	46
3.8.2. Uji Multikolinearitas.....	46
3.8.3. Uji Heteroskedastisitas	47
3.9. Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.10. Koefisien Determinasi (R^2).....	48
3.11. Uji Hipotesis.....	48
3.11.1 Uji t (Parsial).....	48
3.11.2 Uji F (Simultan).....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Profil Brand.....	50
4.1.2 Visi dan Misi.....	51
4.2 Deskripsi data	52
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner	52
4.2.2 Identitas Responden.....	53

4.3 Hasil Analisis Data	55
4.3.1 Uji Validitas.....	55
4.3.2 Uji Reliabilitas	57
4.4 Uji Asumsi Klasik	58
4.4.1 Uji Normalitas.....	58
4.4.2 Uji Multikolineritas.....	59
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	60
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.7 Uji Hipotesis.....	63
4.7.1 Uji t (Parsial).....	63
4.7.2 Uji f (Simultan).....	65
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
4.8.1 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	66
4.8.2 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	67
4.8.3 Pengaruh <i>digital marketing</i> terhadap keputusan pembelian	68
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan face wash laki-laki 2023	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1 Logo Kahf	50
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Aktivitas	55
Gambar 4.4 Uji Normalitas	58
Gambar 4.5 Uji Normalitas P-plot	59
Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas	60



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	53
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian.....	53
Tabel 4.3 Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	56
Tabel 4.4 Uji Validitas Citra Merek (X2)	56
Tabel 4.5 Uji Validitas Digital Marketng (X3)	57
Tabel 4.6 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.8 Uji Multikolineritas.....	60
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	63
Tabel 4.11 Uji T Kualitas Produk	64
Tabel 4.12 Uji t Citra Merek.....	64
Tabel 4.13 Uji t digital marketing.....	65
Tabel 4.14 Uji f (Simultan)	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi	
Lampiran 3 Kuesioner.....	
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden	
Lampiran 5 Uji Output	
Lampiran 6 Tabel r.....	
Lampiran 7 Tabel t.....	
Lampiran 8 Tabel F.....	
Lampiran 9 Buku Bimbingan.....	
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	

