

**PENGARUH CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK WARDAH DI KECAMATAN
SUNGAI LILIN**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

Oleh :

IRMA INDRIYANI

21612010014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

2024

**PENGARUH CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK WARDAH DI KECAMATAN
SUNGAI LILIN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi pada Program Strata 1 (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera
Selatan**



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

Oleh :

IRMA INDRIYANI

21612010014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

2024

PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan sebagai persyaratan untuk mengakhiri studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Selatan

Hari : SABTU
Tanggal : 10 AGUSTUS 2024

**Pj. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan**



**Rabin Ibnu Zainal, S.E.,M.Sc.,Ph.D.
NIDN. 0015097701**

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of brand image and product quality on purchase intention of Wardah products in Sungai Lilin District. This research uses a quantitative method with data collection techniques through questionnaires distributed to 68 respondents who are visitors to cosmetic stores. Respondents are grouped based on age, gender, occupation, products used, and means of viewing reviews. Based on the results of data analysis using validity and reliability tests, all instruments are declared valid and reliable. Classical assumption tests including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests show that the regression model used has met the requirements. Multiple linear regression analysis shows that brand image and product quality have a significant influence on purchase intention. The F-test results indicate that simultaneously, brand image and product quality significantly influence purchase intention with an F-value of 41.031 and a significance of 0.000. The t-test results show that partially, brand image and product quality significantly influence purchase intention with t-values of 7.594 and 3.167, respectively. The conclusion of this study is that brand image and product quality significantly influence the purchase intention of Wardah products in Sungai Lilin District. Brand image is the most dominant variable influencing purchase intention with a t-value of 7.594. Therefore, it is recommended for Wardah to maintain its good reputation, pay attention to customer feedback and complaints, and improve employee performance to increase product purchase intention.

Keywords : *Brand Image, Product Quality, Purchase Intention, Wardah, Multiple Linear Regression, Sungai Lilin District*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk Wardah di Kecamatan Sungai Lilin. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 68 responden pengunjung toko kosmetik. Responden dikelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, produk yang digunakan, dan sarana untuk melihat review. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, semua instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi persyaratan. Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan, citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai Fhitung sebesar 41,031 dan signifikansi 0,000. Uji t menunjukkan bahwa secara parsial, citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai thitung masing-masing sebesar 7,594 dan 3,167. Kesimpulan dari penelitian ini adalah citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Wardah di Kecamatan Sungai Lilin. Citra merek merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli dengan nilai thitung sebesar 7,594. Oleh karena itu, disarankan kepada perusahaan Wardah untuk terus menjaga nama baik, memperhatikan saran dan keluhan konsumen, serta meningkatkan kinerja karyawan untuk meningkatkan minat beli produk.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli, Wardah, Regresi Linear Berganda, Kecamatan Sungai Lilin