

**PENGARUH *BRAND TRUST*, KUALITAS PRODUK DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC**

(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen
Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Ponorogo)



SKRIPSI

Nama : Della May Lorenza

N I M 20415255

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

**PENGARUH *BRAND TRUST*, KUALITAS PRODUK DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC**

(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen
Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Ponorogo)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Della May Lorenza

N I M 20415255

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiwi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Nama : Della May Lorenza

Nim : 20415255

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 11 Mei 2001

Program Studi : Manajemen

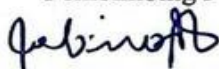
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 29 Juli 2024

Pembimbing I



Siti Chamidah, S.E., M.Si.

NIDN. 0019057101

Pembimbing II



Diana Pramudya Wardhani, S.E., M.M.

NIDN. 0709048305

Mengetahui,

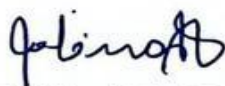
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si.

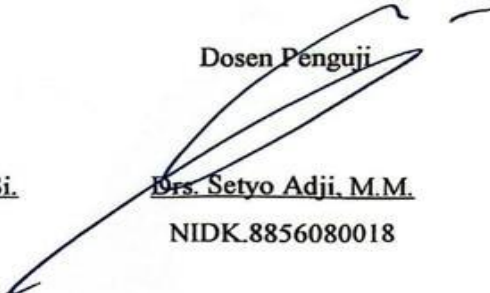
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji



Siti Chamidah, S.E., M.Si.

NIDN. 0019057101



Drs. Setyo Adji, M.M.

NIDK.8856080018



Dwi Warni W, S.E., M.M.

NIDN.0710048902

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data dari penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan pernyataan tertulis kepada responden dan dianalisis menggunakan aplikasi *software SPSS 25*. Populasi dalam penelitian adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang pernah membeli dan menggunakan Produk Skintific. Sampel dalam penelitian berjumlah 90 dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh antara *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific. (2) Terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific. (3) Terdapat pengaruh antara *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific. (4) Terdapat pengaruh antara *Brand Trust*, Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian produk skintific.

Kata Kunci : *Brand Trust*, Kualitas Produk, *Celebrity Endorser* dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillahahirabbil 'alamiin, puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “ Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiwi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2020)” dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat dan kita nantikan syafaat-Nya di yaumul qiyamah.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan kerjasama dari semua pihak. Untuk itu pada kesempatan ini dengan rasa hormat dan ketulusan hati peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo khususnya untuk Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan dukungan

serta bimbingan kepada peneliti selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

3. Ibu Naning Kristyana, SE.MM selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan arahan, dukungan, nasehat dan juga *support* kepada peneliti dan teman-teman seangkatan 2020 agar menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Ibu Siti Chamidah S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Diana Pramudya Wardhani S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa bersabar dalam membimbing peneliti dan memberikan arahan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, semoga ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat bagi agama, bangsa dan negara. Segenap karyawan dan Pegawai Tata Usaha program Studi Manajemen, terimakasih atas semua pelayanannya selama ini.
6. Kepada kedua orang tua saya, Ibu Surati dan Bapak Sayugi tercinta. Terima kasih telah menjadi orang tua yang baik bagi saya, selalu memberikan kasih sayang, perhatian yang luar biasa, nasihat, dan doa yang tidak pernah putus. Semoga Ibu dan Bapak diberikan umur yang panjang, dan kelak saya bisa membahagiakan kalian.
7. Kepada kakakku, Vrasky Effony Agustian dan keluarga tercinta yang telah memberikan hiburan, semangat dan motivasi luar biasa yang telah diberikan.
8. Terakhir, saya berterima kasih kepada diri sendiri. Terima kasih telah selalu berjuang menyelesaikan masalah, terima kasih telah percaya bahwa saya bisa

melewati semua ini, dan terima kasih karena telah kuat hingga titik ini.

Semoga kamu bisa mewujudkan cita-citamu dan terus berjuang!

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh untuk dikatakan sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharap segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini,

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Ponorogo, 29 Juli 2024

Peneliti,



Della May Lorenza

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Ponorogo, 29 Juli 2024



Della May Lorenza
NIM. 20415255

MOTTO

**“Kejarlah mimpimu itu dan jadikan kenyataan meskipun itu diatas keraguan
orang lain bahkan keraguan dirimu sendiri**



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
SAMPUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	viii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
2.1.1 Tujuan Penelitian.....	7
2.1.2 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.2 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Bauran Pemasaran	11
2.1.4 Perilaku Konsumen	14
2.1.5 <i>Brand Trust</i>	18
2.1.6 Kualitas Produk	20

2.1.7	<i>Celebrity Endorser</i>	23
2.1.8	Keputusan Pembelian	25
2.3	Penelitian Terdahulu.....	31
2.4	Kerangka Pemikiran	34
2.5	Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	38
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
3.2.1	Populasi Penelitian	38
3.2.2	Sampel Penelitian	39
3.3	Metode Pengambilan Data	40
3.4	Definisi Operasional Variabel	41
3.5	Metode Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Hasil Penelitian	51
4.2	Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		73
5.1.	Kesimpulan	73
5.2.	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2 Skala Likert.....	41
Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Besaran Uang Saku	53
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Produk Skintific	54
Tabel 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Trust</i>	55
Tabel 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	56
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	57
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 11 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	61
Tabel 14 Hasil Uji T (Parsial).....	63
Tabel 15 Hasil Uji F (Simultan).....	66
Tabel 16 Hasil Koefisien Determinasi.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Top 5 <i>Brand</i> Perawatan Wajah Terlaris di E-Commerce Kuartal II-2022.....	3
Gambar 2 Model Perilaku Konsumen	15
Gambar 3 Proses Keputusan Pembelian	26
Gambar 4 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 5 Kurva Distribusi Uji T	49
Gambar 6 Kurva Distribusi Uji F	50
Gambar 7 Daerah Penerimaan Dan Penolakan H01.....	64
Gambar 8 Daerah Penerimaan Dan Penolakan H02.....	65
Gambar 9 Daerah Penerimaan Dan Penolakan H03.....	66
Gambar 10 Kurva Uji F.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	84
Lampiran 3 Distriusi Jawaban Responden	85
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	90
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas	93
Lampiran 6 Hasil Uji T dan Hasil Uji F	94
Lampiran 7 Uji Koefisien Determinasi.....	95
Lampiran 8 Distribusi Nilai r tabel.....	96
Lampiran 9 Distribusi Nilai T tabel.....	99
Lampiran 10 Distribusi Nilai F tabel.....	104
Lampiran 11 Hasil Cek Plagiasi	108
Lampiran 12 LOA	109
Lampiran 13 Berita Acara	110

