

PENGARUH *PRIOR BRAND REPUTATION* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP PERSEPSI KEBERHASILAN PRODUK PASCA-PENARIKAN BPOM DENGAN PERSEPSI *CRISIS MANAGEMENT CAPABILITY* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA KOSMETIK PINKFLASH)



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 : Riyanti Ari Kusuma Wardani

Nim : 22415610

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

**PENGARUH *PRIOR BRAND REPUTATION* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP PERSEPSI KEBERHASILAN PRODUK PASCA-PENARIKAN BPOM DENGAN PERSEPSI *CRISIS MANAGEMENT CAPABILITY* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA KOSMETIK PINKFLASH)**



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 : Riyanti Ari Kusuma Wardani

Nim : 22415610

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Prior Brand Reputation dan Brand Trust Terhadap Keberhasilan Produk Pasca-Penarikan BPOM dengan Persepsi Crisis Management Capability sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Kosmetik PinkFlash)

Nama : Riyanti Ari Kusuma Wardani

Nim : 22415610

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 30 September 2003

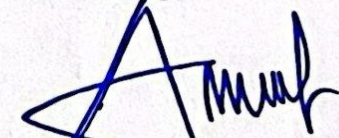
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat
Untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

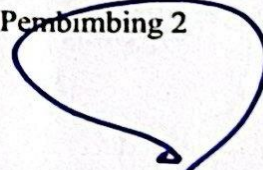
Ponorogo, 27 Juli 2026

Pembimbing 1



Dr. Riawan, S.Pd., MM
NUPTK. 537763664131113

Pembimbing 2



Dr. Wijianto, SE., MM
NUPTK. 2758763664130222

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso, SE. M.Si
NUPTK. 19701016199904 12

Dosen Penguji



Dr. Riawan, S.Pd., MM
NUPTK. 537763664131113



Titi Rapini, SE., MM
NUPTK. 98377416422301221



Dr. Diana Pramudya Wardani, SE.MM
NUPTK. 0741761662230202

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini 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 atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Ponorogo, 27 Juli 2026



Riyanti Ari Kusuma Wardani

22415610

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya”

(Q.S Al-Baqarah:286)

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar Bin Khattab)

“Apapun yang sudah terjadi dalam hidupmu, jangan katakan “seandainya”, tapi katakan “Qadarullah” karna semua yang terjadi adalah takdir dan takdir Allah itu selalu baik, karna Allah itu maha baik”

(Ustadz Hanan Attaki)

PERSEMBAHAN

Pertama saya ucapkan puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat berupa Kesehatan, kekuatan, dan kemudahan yang diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, penulis tidak akan bisa menyelesaikan tugas akhir ini tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah ikut andil dalam pengerjaan skripsi ini dengan segala kerendahan hati, kupersembahkan karya sederhana ini kepada :

1. Dengan penuh rasa Syukur, skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat, pertolongan, dan kemudahan dalam setiap Langkah perjalanan saya. Terima kasih atas segala nikmat dan kesempatan yang telah engkau berikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Yang tercinta, untuk ibu penulis Ibu Suhartini, Terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang tiada henti. Terimakasih telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis, yang terus mendorong untuk tidak menyerah, bahkan disaat segalanya terasa berat. Tanpa kehadiran dan cinta tulus ibu, mungkin langkah ini tak akan pernah sampai sejauh ini. Terimakasih sudah menjadi ibu yang dapat mengatasi segala rintangan dan situasi kehidupan dunia yang berat ini. Terimakasih sudah menjadi panutan dan ibu yang teramat baik, sehat dan Bahagia selalu mamak, love.
3. Dr. Riawan, S.Pd., MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam Menyusun skripsi ini hingga selesai.

4. Dr. Wijianto, SE., MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam Menyusun skripsi ini hingga selesai.
5. Kepada saudara kandung penulis Rina Ari Susanti, Rini Ari Suwanti, Rinto Aris Pratama, Riszi Ramadhani, dan Rindra Arya Maulana. Meski kebersamaan kita tak selalu diwarnai oleh canda dan tawa, tetapi juga kasih sayang, dukungan, serta perhatian yang kalian berikan menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus melangkah. Terima kasih atas doa, semangat, dan kebersamaan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan, terima kasih telah hadir di setiap cerita, menjadi tempat berbagai keluh kesah, menghapus air mata dengan tawa, dan menguatkan penulis di saat ingin menyerah. Kalian adalah bagian dari perjalanan yang tidak akan pernah penulis lupakan.
7. Untuk diri saya sendiri, Riyanti Ari Kusuma Wardani. Terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih bangkit setiap kali Lelah, tetap melangkah ketika ingin berhenti, dan tetap percaya bahwa semua perjuangan ini akan menemukan akhirnya. Skripsi ini bukan hanya tentang gelar, tetapi menjadi saksi dari air mata, doa-doa Panjang di sepertiga malam, rasa takut, rasa Lelah, dan perjuangan yang mungkin tidak pernah diketahui orang lain. Semoga setelah ini, Allah SWT membuka jalan yang lebih indah, mengangkat derajat orang tua, dan menjadikan setiap pengorbanan yang telah dilalui tidak pernah sia-sia.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan mengambil judul **“Pengaruh *Prior Brand Reputation* dan *Brand Trust* Terhadap Persepsi Keberhasilan Produk Pasca Penarikan BPOM dengan Persepsi *Crisis Management Capability* sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Kosmetik PinkFlash)”** dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya yang istiqamah mengikuti ajarannya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam proses penyusunan ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Rido Kurniawan, M.ag., selaku rector Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Dr. Riawan, S.Pd., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Dr. Wijianto, SE., MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak ibu Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah mendidik dan memberikan pengetahuan yang berguna selama studi dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, serta pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Ponorogo, 27 Juli 2026



Riyanti Ari Kusuma Wardani

ABSTRAK

Skripsi : “Pengaruh Prior Brand Reputation dan Brand Trust Terhadap persepsi Keberhasilan Produk PascaPenarikan BPOM dengan Persepsi Crisis Management Capability sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Kosmetik PinkFlash)”; Riyanti Ari Kusuma Wardani, NIM 22415610, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo,

Penarikan beberapa produk kosmetik Pinkflash oleh BPOM menimbulkan berbagai persepsi konsumen terkait reputasi merek, kepercayaan terhadap merek, kemampuan perusahaan dalam mengelola krisis, serta keberhasilan produk pasca krisis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Prior Brand Reputation* dan *Brand Trust* terhadap Keberhasilan Produk dengan *Crisis Management Capability* sebagai variabel Mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner berbasis Skala Likert kepada 144 responden pengguna kosmetik PinkFlash yang mengetahui kasus penarikan produk oleh BPOM. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Squares- Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Prior Brand Reputation* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Produk, *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Produk. *Prior Brand Reputation* dan *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Crisis Management Capability*. *Crisis Management Capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Produk. Hasil pengujian mediasi menunjukkan *Crisis Management Capability* tidak mampu memediasi pengaruh *Prior Brand Reputation* terhadap Keberhasilan Produk, namun mampu memediasi Pengaruh *Brand Trust* terhadap Keberhasilan Produk. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen dan kemampuan perusahaan dalam mengelola krisis merupakan faktor penting dalam mendukung keberhasilan produk pasca terjadinya krisis.

Kata Kunci: *Prior Brand Reputation, Brand Trust, Crisis Management Capability*, Keberhasilan Produk, PinkFlash

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Grand Theory.....	11
2.1.2 Definisi Manajemen	12
2.1.3 Definisi Kewirausahaan	13
2.1.4 <i>Prior Brand Reputation</i>	13
2.1.5 Brand Trust	17
2.1.5 <i>Crisis Management Capability</i>	20
2.1.6 Keberhasilan Produk	23

2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Konseptual.....	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Metode Pengambilan Data	34
3.3.1 Data Primer.....	34
3.3.2 Data Sekunder	34
3.4 Definisi Operasional Variabel	36
3.5 Metode Analisis Data	37
3.5.1 Kuantitatif.....	37
3.5.2 Analisis Deskriptif.....	38
3.5.3 Metode Analisis Data dengan <i>Structural Equation Model</i> (PLS)	38
3.5.4 Measurement Model (Outer Model).....	39
3.5.5 Analisis Inner Model	40
3.5.6 Uji Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Obyek dan Subjek Penelitian	46
4.1.1 Gambaran Umum	46
4.1.2 Deskripsi Subjek Penelitian.....	47
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Berapa Tahun Menggunakan PinkFlash	49

4.1.5 Deskripsi Berdasarkan Terakhir Kali Menggunakan PinkFlash	49
4.1.6 Deskripsi Berdasarkan Jenis Produk Yang Digunakan	50
4.1.7 Analisis Variabel Keberhasilan Produk	51
4.1.8 Analisis Variabel Persepsi <i>Crisis Management Capability</i>	52
4.1.9 Analisis Variabel <i>Prior Brand Reputation</i>	54
4.1.10 Analisis Variabel <i>Brand Trust</i>	55
4.2 Hasil Penelitian	56
4.2.1 Analisis Model Menggunakan PLS-SEM	56
4.2.2 Analisis Model Pengukuran Reflektif	57
4.2.3 Analisis Model Pengukuran Reflektif	63
4.2.4 Uji Hipotesis.....	65
4.2.5 Evaluasi Signifikan Hubungan Jalur Pada Hipotesis Penelitian	65
4.2.6 Evaluasi Hubungan Jalur Tidak Langsung / <i>Indirect Effect</i> (Efek Mediasi)	67
4.3 Pembahasan.....	68
4.3.1 Pengaruh <i>Prior Brand Reputation</i> terhadap Persepsi Keberhasilan Produk	68
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Persepsi Keberhasilan Produk.....	70
4.3.3 Pengaruh <i>Crisis Management Capability</i> terhadap Persepsi Keberhasilan Produk.....	71
4.3.4 Pengaruh <i>Prior Brand Reputation</i> terhadap Persepsi <i>Crisis Management Capability</i>	72
4.3.5 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Persepsi <i>Crisis Management Capability</i>	72
4.3.6 Pengaruh <i>Prior Brand Reputation</i> terhadap Persepsi Keberhasilan Produk melalui <i>Crisis Management Capability</i> sebagai variabel mediasi (<i>intervening</i>)	73

4.3.7 Pengaruh Brand Trust terhadap Persepsi Keberhasilan Produk melalui <i>Crisis Management Capability</i> sebagai variabel mediasi (<i>intervening</i>)	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	86

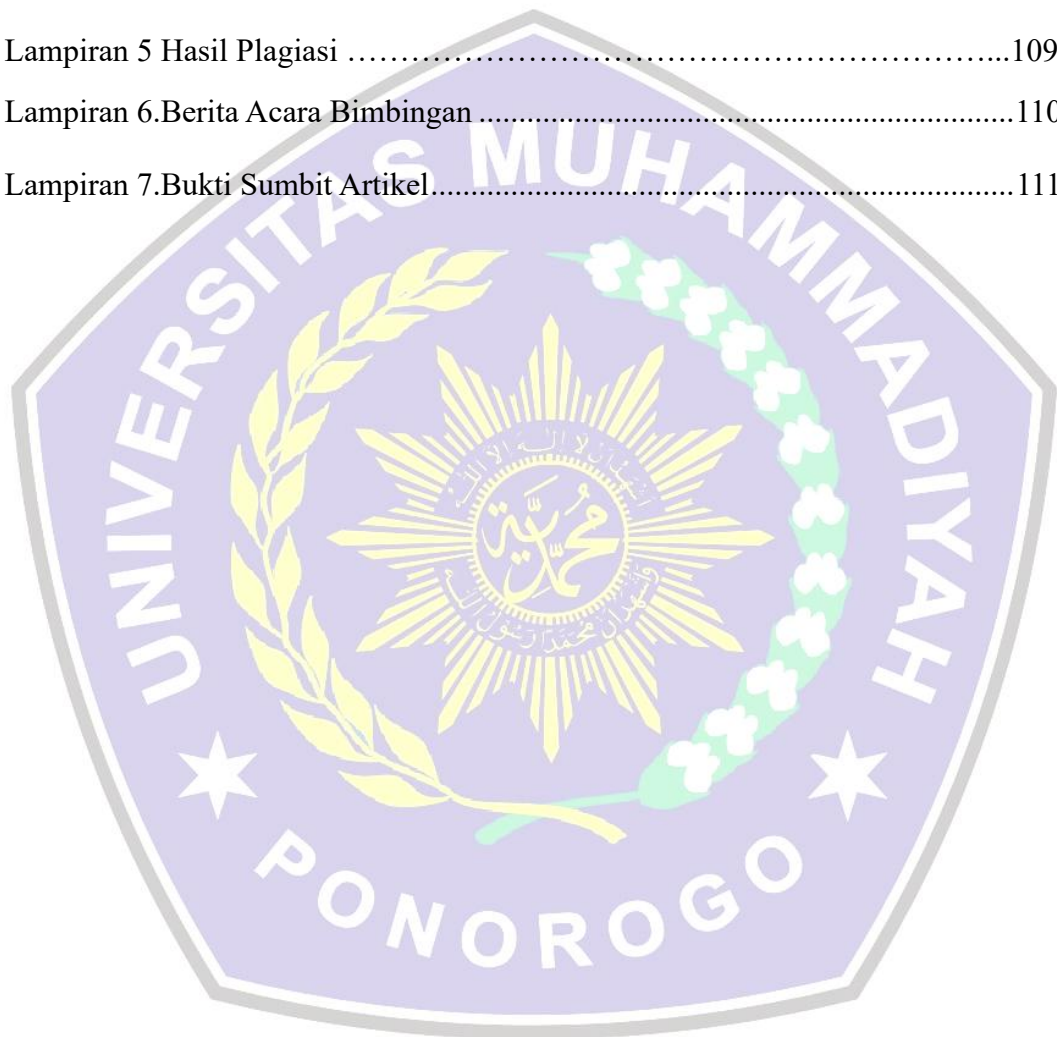


DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar PinkFlash 3 PAN Eyeshadow PF-E23 BR02 dan PinkFlash 3 PAN Eyeshadow PF-E23 BR04.....	2
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. Skala Likert	35
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 5. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 6. Deskripsi Responden Berdasarkan Berapa Lama	49
Tabel 7. Deskripsi Responden Berdasarkan Berapa Lama	49
Tabel 8. Deskripsi Berdasarkan Jenis Produk Yang Digunakan	50
Tabel 9. Frekuensi Hasil Jawaban Mengenai Persepsi Keberhasilan Produk.....	51
Tabel 10. Frekuensi Hasil Jawaban Mengenai Persepsi Crisis Management Capability.....	53
Tabel 11. Frekuensi Hasil Jawaban Mengenai Prior Brand Reputation.....	54
Tabel 12. Frekuensi Hasil Jawaban Mengenai Brand Trust.....	55
Tabel 13. Outer Loadings.....	58
Tabel 14. Uji Composite reliability dan Cronbach's Alpha	59
Tabel 15. Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	60
Tabel 16. Cross Loadings.....	61
Tabel 17. Fornell-lacker Criterion.....	62
Tabel 18. R-Square.....	64
Tabel 19. Q-Square.....	64
Tabel 20. Path Coefficients T-Values, P Value	66
Tabel 21. Path Coefficients T-Values, P-Value.....	68
Tabel 22 Kuesioner	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2.Rekapitulasi Data Penelitian.....	91
Lampiran 3 Hasil Output SmartPLS Uji Outer Model	106
Lampiran 4.Hasil Output SmartPLS uji Inner Model	108
Lampiran 5 Hasil Plagiasi	109
Lampiran 6.Berita Acara Bimbingan	110
Lampiran 7.Bukti Sumbit Artikel.....	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pemberitaan keluhan iritasi konsumen di media sosial.....	4
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3. Logo Perusahaan	46
Gambar 4. Output diagram jalur outer model	58

