

**PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND AMBASSADOR* DAN PREFERENSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
SCARLETT WHITENING DI KECAMATAN DRIYOREJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

ANNISA HERMALIA PUTRI

20420085

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

SURABAYA

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Hermalia Putri
NPM : 20420085
Alamat : JL. Granit Kumala V no 31 KBD, Gresik
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul “**PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND AMBASSADOR* DAN PREFERENSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* SCARLETT WHITENING DI KECAMATAN DRIYOREJO**” adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 11 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan



ANNISA HERMALIA PUTRI

NPM : 20420085

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND AMBASSADOR* DAN PREFERENSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
SCARLETT WHITENING DI KECAMATAN DRIYOREJO

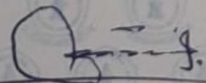
Diajukan oleh :

ANNISA HERMALIA PUTRI

NPM 20420085

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

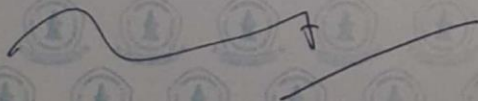
DOSEN PEMBIMBING



Dr. Wahyudiono, SE., MM.

Tanggal, Juni 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM

Tanggal, 16 Juni 2024

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND AMBASSADOR* DAN PREFERENSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
SCARLETT WHITENING DI KECAMATAN DRIYOREJO**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ANNISA HERMALIA PUTRI

NPM : 20420085

Susunan Dewan Penguji


Dosen Pembimbing


(Dr. Wahyudiono, SE., MM)

Ketua Tim Penguji


(Dewi Nurairi, SE., M.SM)

Anggota Dewan Penguji


(Evianah, SE., M.Si)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen
Tanggal ..16... Juni 2024



Dr Adrianto Trimarjono, SE., MM
Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Ambassador*, dan Preferensi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Scarlett Whitening di Kecamatan Driyorejo" ini dengan baik. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak dari awal berjalannya penelitian hingga akhir. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak – pihak terkait khususnya kepada :

1. Bapak Prof Dr. H Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL (K), FICS., selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec.Gimanto Gunawan, MM, M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Andrianto T, SE., MM., selaku Ketua Program Studi (Kaprod) Ekonomi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Dr. Wahyudiono, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini. Dengan bimbingan yang sangat berharga dari beliau, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
5. Ibu Evianah, SE., M.Si., selaku Dosen Wali yang selalu membantu dan menuntun penulis dari awal perkuliahan hingga terakhir.
6. Kepada semua dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah berbagi ilmu dan wawasan yang sangat berharga selama masa kuliah. Bantuan dan panduan dari mereka telah sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semua ini tidak mungkin tercapai tanpa dukungan dan bimbingan mereka yang sabar dan berarti.

7. Kepada kedua orang tua penulis, Hery Priyono dan Aulia Wahyuningtias serta kedua adik penulis, Bagas dan Rafli. Terima kasih yang tak terhingga atas cinta, dukungan, dan pengorbanan tanpa batas selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan dan keberadaan mereka memberi penulis kekuatan dan motivasi untuk terus maju dan mengatasi setiap tantangan yang muncul dalam perjalanan akademis penulis. Skripsi ini dipersembahkan untuk mereka.
8. Teman penulis diantaranya Diah Ayu Herawati, Adelia Dinda Prameswari, Puput, Primas, Syahbanu, Lily, Ce Angelyn, Ce Nita, dan teman – teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih telah memberikan banyak dukungan dan membantu penulis hingga penelitian ini selesai.
9. Kepada Steven Lie terima kasih telah hadir menjadi motivasi serta dampak yang positif bagi kehidupan penulis sehingga penulis bisa bangkit lagi dan menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
10. Kepada seluruh member EXO Kim Junmyeon, Zhang Yixing, Park Chanyeol, Byun Baekhyun, Doh Kyungsoo, Kim Jongdae, Kim Jongin, Kim Minseok serta Oh Sehun terima kasih sudah banyak menghibur dari lagu – lagu dengan arti yang sangat bermakna dan dapat membangkitkan semangat penulis.
11. Kepada pihak – pihak penting lainnya yang tidak bisa disebutkan terima kasih atas dukungan dan motivasinya selama ini.

Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan yang diberikan. Semoga Allah SWT melindungi dan memberkahi kita semua. Penulis berharap hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.

Surabaya, Juni 2024

Annisa Hermalia Putri

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh *Brand Trust*, *Brand Ambassador*, dan Preferensi Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening di Kecamatan Driyorejo, Gresik. Dengan metode purposive sampling, 75 responden yang memenuhi kriteria ditentukan sebagai sampel. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber ilmiah. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ($t = 5,638$; sign. $< 0,05$), sementara *Brand Ambassador* ($t = 0,566$; sign. $> 0,05$) dan Preferensi Harga ($t = 1,474$; sign. $> 0,05$) tidak berpengaruh signifikan.

ABSTRACT

This study employs a quantitative approach to examine the influence of Brand Trust, Brand Ambassador, and Price Preference on the Purchase Decision of Scarlett Whitening products in Driyorejo District, Gresik. Using purposive sampling, 75 respondents who met the criteria were selected as the sample. Primary data was collected through questionnaires, while secondary data was obtained from various scholarly sources. The analysis revealed that Brand Trust significantly influences Purchase Decisions ($t = 5.638$; $\text{sign.} < 0.05$), whereas Brand Ambassador ($t = 0.566$; $\text{sign.} > 0.05$) and Price Preference ($t = 1.474$; $\text{sign.} > 0.05$) do not have a significant impact.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Masalah	6
1.4 Manfaat.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Brand Trust.....	8
2.1.2.1 Definisi Brand trust	8
2.1.2.2 Indikator Brand Trust.....	9
2.1.3 Brand Ambassador	11
2.1.3.1 Definisi Brand Ambassador	11
2.1.3.2 Indikator Brand Ambassador	12
2.1.4 Preferensi Harga	14
2.1.4.1 Definisi Preferensi Harga.....	14
2.1.4.2 Indikator Preferensi Harga	14
2.1.5 Keputusan Pembelian	16
2.1.5.1 Definisi Keputusan Pembelian	16

2.1.5.2 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Hubungan Antar Variabel	22
2.3.1 Hubungan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2 Hubungan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.3 Hubungan Preferensi Harga terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4 Hipotesis	23
2.5 Model Penelitian	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Pendekatan Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel.....	24
3.3 Identifikasi Variabel.....	25
3.3.1 Variabel Bebas	25
3.3.2 Variabel Terikat.....	26
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.6 Prosedur Pengambilan Data	28
3.7 Teknik Analisis	28
3.7.1 Uji Kualitas Data.....	28
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	29
3.7.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.7.4 Uji Hipotesis.....	31
BAB IV PEMBAHASAN.....	32
4.1 Profil Perusahaan	32
4.2 Profil Responden.....	32
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	35
4.3.1 Jawaban responden variabel Brand Trust (X1).....	35
4.3.2 Jawaban responden variabel Brand Ambassador (X2)	37
4.3.3 Jawaban responden variabel Preferensi Harga (X3)	38
4.3.4 Jawaban responden variabel Keputusan Pembelian (Y)	39

4.4 Analisis Model.....	40
4.4.1 Uji Validitas	40
4.4.2 Uji Reliabilitas	42
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.4 Uji Regresi Linier Berganda	46
4.4.5 Uji Hipotesis	47
4.5 Pembahasan.....	50
4.5.1 Pengaruh Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.5.2 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian	51
4.5.3 Pengaruh Preferensi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	52
BAB V PENUTUP.....	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pra Survey.....	3
Gambar 1.2 Boygroup EXO.....	4
Gambar 2.1 Model Penelitian	23
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin Responden	33
Gambar 4.2 Diagram Umur Responden.....	33
Gambar 4.3 Diagram Sosial Responden	34
Gambar 4.4 Diagram P -P Plot.....	44
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional	26
Tabel 3.2 Skala Likert	28
Tabel 4.1 Kategori Jawaban Responden	35
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Variabel X1	36
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel X2.....	37
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel X3.....	38
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Y.....	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X1	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X2	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X3	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Y	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji f.....	47
Tabel 4.15 Hasil Uji t	48
Tabel 4.16 Hasil Uji r square	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	63
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	70
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	72
Lampiran 5 Hasil Asumsi Klasik	73
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	74
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	74
Lampiran 8 Tabel f.....	75
Lampiran 9 Tabel t.....	76