

**PENGARUH INFLUENCER, BRAND TRUST DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BLINKZ  
BEAUTY**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen.



**DISUSUN OLEH :**

**SYAHBANU HELGA PRAMONO**

**20420025**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syahbanu Helga Pramono

NPM : 20420025

Alamat : Jl. Tengger Raya 8A no 12, Benowo, Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"PENGARUH INFLUENCER, BRAND TRUST DAN DESAIN PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BLINKZ BEAUTY"**. Bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar – benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Juni 2024



**SYAHBANU HELGA PRAMONO**  
NPM : 20420025

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

PENGARUH INFLUENCER, BRAND TRUST DAN DESAIN PRODUK

TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BLINKZ

BEAUTY

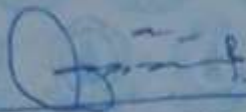
Diajukan Oleh :

SYAHBANU HELGA PRAMONO

NPM : 20420025

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Wahyudiono, SE., MM

Tanggal, 31 Juli 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M

Tanggal, 17 Juli 2024

**SKRIPSI**  
**PENGARUH INFLUENCER, BRAND TRUST DAN DESAIN PRODUK**  
**TERHADAP PENGAMBILN KEPUTUSAN PEMBELIAN BLINKZ**  
**BEAUTY**

**Dipersiapkan dan disusun oleh :**  
**SYAHBANU HELGA PRAMONO**

NPM : 20420025

Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING



---

Dr. Wahyudiono, SE., MM

KETUA TIM PENGUJI



Evianah ,SE.,M.Si

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Dewi Nuraini,SE.,M.SM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
sarjana manajemen

Tanggal, 15 Juli 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M

KETUA PROGRAM STUDI

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala berkah dan rahmatnya sehingga skripsi ini dengan judul : Pengaruh Influencer, Brand Trust, dan Desain Produk terhadap pengambilan keputusan pembelian Blinkz Beauty dapat diselesaikan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 program studi manajemen.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan. Dalam kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada berbagai pihak terkait yang telah membantu proses pengumpulan data penelitian ini hingga terselesaikannya skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr.H. Widodo Ario Kentjono, dr.sp. T.H.T.K.L (K), 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 yang telah memberikan pengarahan selama masa perkuliahan.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjoo, SE., MM. Selaku ketua program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Dr. Wahyudiono, SE., MM. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan tenaga dan waktu dalam membimbing, memberi kemudahan, pengarahan, motivasi, semangat, dan saran-saran dengan penuh kesabaran selama penulisan.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, khususnya program studi manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat pada saat menimba ilmu.
6. Seluruh staff kemahasiswaan dan akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses perkuliahan maupun skripsi.
7. Pihak Blinkz Beauty yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti dan menyebarkan kuesioner dalam beberapa minggu sampai terpenuhinya jumlah responden yang dicapai.
8. Kedua orang tua saya yang tercinta, yang selalu memberikan semangat dan dukungan, serta doa yang dipanjatkan kepada Allah SWT untuk penulis.
9. Kepada diri sendiri, kamu adalah pribadi yang kuat ketika ada permasalahan datang tetapi kamu tidak mudah menyerah, yang selalu sabar dan tidak menyerah dan ketika ada moment yang benar-benar melelahkan, dan hampir menyerah kamu teringat dengan sebuah pepatah "gedhening sengsoro yen ditinompo amung dadi cubo (sebesar apapun kesengsaraan atau kesusahan yang kita hadapi kalau kita terima dengan ikhlas dan lapang dada, semuanya itu hanyalah sekedar cobaan semata untuk kita) dan ora ono urip tanpo sandungan, ora ono masalah tanpo pungkasan (tidak ada hidup tanpa cobaan, dan tidak ada masalah tanpa akhiran) kedua pepatah ini yang membuat menjadi pribadi tegar dan kuat dalam menghadapi masalah yang dialami.

10. Special thanks to Aurin Chelia Devani yang telah meluangkan waktu untuk membantu dan mendengarkan keluh kesahku untuk membantu penulis dalam proses penelitian skripsi ini hingga selesai.

11. Dan semua pihak yang telah membantu dan teman teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah berbagi pengalaman dan membantu selama masa kuliah.

Demikian penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkn segala bentuk kritik dan saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, peneliti selanjutnya, dan semua pihak.

Surabaya 14 Juni 2024



Syahbanu Helga Pramono

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Masalah .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Pemasaran .....	10
2.1.2 Tujuan Pemasaran .....	10
2.1.3 Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.3.1 Konsep Manajemen Pemasaran .....	11



2.1.4 Influencer .....	15
2.1.4.1 Pengertian Influencer .....	15
2.1.4.2 Jenis-Jenis Influencer .....	16
2.1.4.3 Cara Memilih influencer .....	17
2.1.4.4 Tujuan Influencer marketing .....	19
2.1.4.5 Indikator Influencer .....	20
2.1.5 Brand Trust .....	20
2.1.5.1 Pengertian Brand Trust .....	20
2.1.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Trust .....	21
2.1.5.3 Indikator Brand Trust .....	23
2.1.6 Desain Produk .....	24
2.1.6.1 Pengertian Desain Produk .....	24
2.1.6.2 Indikator Desain Produk .....	24
2.1.7 Keputusan Pembelian .....	24
2.1.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	24
2.1.7.2 Faktor Keputusan Pembelian .....	25
2.1.7.3 Proses Pengambilan Keputusan .....	25
2.1.7.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	28
2.1.8 Penelitian Terdahulu .....	28
2.1.9 Hubungan Antar Variabel .....	32
2.1.9.1 Hubungan Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.1.9.2 Hubungan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.1.9.3 Hubungan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	33

2.1.10 Hipotesis dan Model Analisis .....	33
2.2 Model Analisis .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Pendekatan penelitian .....	35
3.2 Populasi dan Sampel .....	35
3.2.1 Populasi .....	35
3.2.2 Sampel .....	35
3.3 Identifikasi Variabel .....	37
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	37
3.4.1 Variabel Pengaruh Influencer (X1) .....	38
3.4.2 Variabel Brand Trust (X2) .....	39
3.4.3 Variabel Desain Produk .....	40
3.4.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	40
3.5 Jenis Data .....	41
3.5.1 Jenis Data .....	41
3.5.2 Sumber Data .....	41
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	42
3.7 Skala Pengukuran .....	42
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	43
3.8.1 Uji Validitas .....	43
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	43
3.9 Teknik Analisis .....	43
3.9.1 Analisa Regresi Linear Berganda .....	43

3.9.2 Uji Hipotesis .....	44
3.10.2.1 Koefisien Determinasi .....	44
3.10.2.2 Uji Parsial (Uji t) .....	45
3.10.2.3 Uji Hipotesis Simultan ( Uji f) .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	46
4.1.1 Sejarah Singkat Blink Beauty .....	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	47
4.3 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian .....	48
4.4 Analisis Model atau Pengujian Hipotesis .....	50
4.4.1 Hasil Uji Instrumen .....	50
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas .....	50
4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
4.4.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis .....	53
4.4.3.1 Hasil Uji t .....	53
4.4.3.2 Hasil Uji F .....	56
4.4.3.3 Hasil uji Koefisien Determinasi .....	57
4.5 Pembahasan .....	57
4.5.1 Pengaruh Influencer terhadap Keputusan Pembelian .....	57
4.5.2 Pengaruh Brand Trust terhadap Keputusan pembelian .....	58
4.5.3 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	59
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN .....</b>	<b>60</b>

5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Saran .....	60
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 .....	4
Gambar 2.1 Proses Pengambiln Keputusan Pembelian .....	25
Gambar 4.1 Logo Blinkz Beauty .....	46
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Influencer terhadap keputusan Pembelian .....	54
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Brand Trust terhadap keputusan Pembelian .....	55
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Desain produk terhadap Keputusan Pembelian .....	55
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji F .....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	32
Tabel 3.1 Model Analisis .....	34
Tabel 3.2 Skala Likert .....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal .....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4.3 Kategori Masing-Masing Variabel .....	49
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Dari Pernyataan Per Variabel .....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	50
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji t .....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2 : Tabulasi & Output spss.....	70

## ABSTRAK

- 1) Dalam mengetahui pengaruh influencer terhadap keputusan pembelian yakni tujuan utama penelitian tertulis. 2) Dalam mengetahui bagaimana keputusan pembelian terpengaruhi oleh kepercayaan merek. 3) Dalam mengetahui pengaruh desain produk terhadap pilihan pembelian. Influencer, kepercayaan merek, dan desain produk yakni variabel bebas pada penelitian tertulis. Namun, variabel terikat pada penelitian tertulis yakni keputusan pembelian partisipan. Penentuan sampel dilaksanakan dengan teknik purposive sampling. Yakni kriteria penelitian: 1. Usia; 2. Tempat tinggal: Surabaya Barat 3. Pelanggan yang pernah membeli dan menggunakan produk Blinkz Beauty. Total ada tujuh puluh lima responden. Metode analisis dalam pengujian hipotesis regresi linier berganda. Temuan penelitian memperlihatkan faktor-faktor yakni secara signifikan memengaruhi keputusan konsumen: desain produk, kepercayaan merek, dan influencer.

**Kata Kunci : *Influencer , Brand Trust , Desain produk Terhadap Keputusan Pembelian***



## **ABSTRACT**

*1) In knowing the influence of influencers on purchasing decisions, which is the main objective of this study. 2) In knowing how purchasing decisions are influenced by brand trust. 3) In knowing the influence of product design on purchasing choices. Influencers, brand trust, and product design are independent variables in this study. However, the dependent variable in this study is the purchasing decision of participants. The sample determination was carried out using the purposive sampling technique. The following are the research criteria: 1. Age; 2. Place of residence: West Surabaya 3. Customers who have purchased and used Blinkz Beauty products. There are seventy-five respondents in total. The analysis method in testing the multiple linear regression hypothesis. The research findings show that the following factors significantly influence consumer decisions: product design, brand trust, and influencers.*

***Keyword : Influencer, Brand Trust , Product Design on Purchasing Decisions***