

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *PERCEIVED QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CUSHION SKINTIFIC DI TOKO
*COSMETIC BELIA DUKUH KUPANG SURABAYA***



Diajukan Oleh :

ANNA CHARLITA LAY

NPM : 22420174

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CUSHION SKINTIFIC DI TOKO *COSMETIC BELIA* DUKUH KUPANG SURABAYA

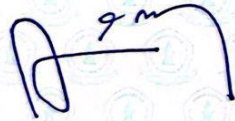
Diajukan oleh:

ANNA CHARLITA LAY

NPM : 22420174

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak

Tanggal, 28 Jan 2026

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Tanggal, 28 Jan '26

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI
PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *PERCEIVED*
***QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CUSHION**
SKINTIFIC DI TOKO *COSMETIC* BELIA DUKUH KUPANG SURABAYA

Diajukan Oleh:

ANNA CHARLITA LAY

NPM : 22420174

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Kristiningsih SE., M.Si



Dr. Dwi Bhakti Irantini, SE., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal : 29 Januari 2026



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Ketua Program Studi

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anna Charlita Lay
NPM : 22420174
Alamat : Jl. Balongsari Sentong No. 13-A
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul “*PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CUSHION SKINTIFIC DI TOKO COSMETIC BELIA DUKUH KUPANG SURABAYA*” adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat. 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, 12 Februari 2026



(Anna Charlita Lay)

NPM : 22420174

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih, berkat, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian Cushion Skintific di Toko *Cosmetic Belia Dukuh Kupang Surabaya*”** dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan, hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang tulus penulis persembahkan kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Pratiwi Dwi Karjati, M.M.CRA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dosen Wali sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama penulis menempuh pendidikan.
6. Kepada seseorang yang kini telah beristirahat di rumah Bapa di surga, sosok yang penulis panggil “Papa” dan yang selalu dirindukan. Mungkin langkah ini tak sempat Papa saksikan secara langsung, namun setiap pencapaian ini tak pernah lepas dari jejak doa dan kasih yang Papa tanamkan sejak awal kehidupan penulis. Terima kasih telah menjadi Papa yang semasa hidupnya selalu berusaha memberikan kehidupan terbaik, kasih sayang tanpa henti, motivasi, serta doa yang begitu berarti. Meski kehadiranmu singkat di dunia ini, penulis yakin semangat dan cintamu tetap hidup, menyatu dalam setiap langkah dan doa yang mengiringi penulis setiap hari. Penulis percaya, meski tak terlihat, Papa selalu ada di sisi penulis.
7. Yang tercinta, Mama. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang tak pernah henti. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis, yang terus mendorong untuk tidak menyerah, bahkan di saat segalanya terasa berat. Tanpa kehadiran cinta tulusmu mungkin langkah ini takkan pernah sampai sejauh ini. Terima kasih sudah menjadi *supermom* yang mampu mengatasi segala rintangan dan situasi hidup

yang berat ini. Terima kasih sudah menjadi Mama yang teramat baik. Semoga Mama sehat selalu dan panjang umur, karena Mama harus ada di setiap perjalanan hidup penulis.

8. Kepada saudara/i penulis, Nova RL, Dikson RL, dan Moredz Lay. Terima kasih telah memberi dukungan, semangat, motivasi serta doa yang terbaik untuk penulis.
9. Kepada sahabat penulis, Elena, Aurel, Ghita, Vanda, Rizki, Fatah, dan Dewan. Penulis mengucapkan terima kasih atas semangat, dukungan yang tiada henti, serta bantuan dalam berbagai hal selama proses penyelesaian skripsi ini.
10. Terakhir, kepada diri sendiri. Terima kasih karena selalu mau belajar dan berusaha memberikan yang terbaik di setiap langkah. Kini, semua proses itu terbayar ketika karya tulis tugas akhir ini berhasil diselesaikan dengan baik.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan berkah-Nya atas segala bantuan, dukungan, serta kebaikan yang telah penulis terima. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan maupun sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.

Surabaya,

Penulis

(Anna Charlita Lay)

ABSTRAK

Industri kosmetik mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan kesadaran konsumen terhadap perawatan diri dan penampilan. Perkembangan ini mendorong perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian Cushion Skintific di Toko *Cosmetic Belia Dukung Kupang*, Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi seluruh konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Cushion Skintific di toko tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan *Google Form* dan dianalisis menggunakan *IBM SPSS Statistics* versi 23 dengan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Perceived Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Cushion Skintific, sedangkan *Brand Trust* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa *Brand Image* dan *Perceived Quality* merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Brand Trust*, *Perceived Quality*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The cosmetic industry has experienced rapid growth along with the increasing consumer demand and awareness of personal care and appearance. This development encourages companies to understand the factors that influence consumer purchasing decisions. This study aims to analyze the effect of Brand Image, Brand Trust, and Perceived Quality on the Purchase Decision of Skintific Cushion at Cosmetic Belia Dukuh Kupang, Surabaya. This research uses a quantitative approach with the population consisting of all consumers who have purchased and used Skintific Cushion at the store. The sampling technique used is accidental sampling with a total of 100 respondents. Data were collected through an online questionnaire using Google Form and analyzed using IBM SPSS Statistics version 23 with multiple linear regression analysis. The results show that Brand Image and Perceived Quality have a significant effect on the Purchase Decision of Skintific Cushion, while Brand Trust does not have a significant effect. These findings indicate that Brand Image and Perceived Quality are the main factors influencing consumer purchase decisions.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Perceived Quality, Purchase Decision

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	II
LEMBAR PERSETUJUAN	III
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAK.....	VIII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3 Brand Image	13
2.1.4 Brand Trust.....	14
2.1.5 Perceived Quality	17
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.1 Hubungan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.2 Hubungan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.3 Hubungan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4 Hipotesis dan Kerangka Konseptual	25
2.4.1 Hipotesis.....	25
2.4.2 Kerangka Konseptual.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Pendekatan Penelitian.....	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel.....	29
3.3 Identifikasi Variabel.....	31
3.4 Definisi Operasional Variabel	32
3.4.1 Brand Image (X1).....	32
3.4.2 Brand Trust (X2)	32
3.4.3 Perceived Quality (X3)	33

3.4.4	Keputusan Pembelian (Y)	33
3.5	Jenis dan Sumber Data	34
3.5.1	Jenis Data	34
3.5.2	Sumber Data	34
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	35
3.7	Teknik Analisis Data	36
3.7.1	Uji Instrumen	36
3.7.2	Uji Model	37
3.7.3	Uji Hipotesis	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1	Gambaran Objek Penelitian	41
4.1.1	Profil Skintific	41
4.1.2	Profil Toko Cosmetic Belia Dukuh Kupang Surabaya	42
4.2	Hasil Penelitian	43
4.2.1	Karakteristik Responden	43
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	45
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden	46
4.4	Hasil Analisis Data	50
4.4.1	Hasil Uji Instrumen	50
4.4.2	Hasil Uji Model	52
4.4.3	Hasil Uji Hipotesis	55
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.5.1	Pengaruh Brand Image (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Cushion Skintific di Toko Cosmetic Belia Dukuh Kupang Surabaya	57
4.5.2	Pengaruh Brand Trust (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Cushion Skintific di Toko Cosmetic Belia Dukuh Kupang Surabaya	58
4.5.3	Pengaruh Perceived Quality (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Cushion Skintific di Toko Cosmetic Belia Dukuh Kupang Surabaya	59
BAB V	PENUTUP	61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	62
5.3	Keterbatasan Penelitian	63
DAFTAR PUSTAKA.....		64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4 Kategori Jawaban Responden	46
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Brand Image	47
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Brand Trust.....	48
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Perceived Quality.....	49
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1 Cushion Skintific	42
Gambar 4.2 Toko Cosmetic Belia	43

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER.....	66
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA.....	78
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA.....	91