

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS  
PRODUK, DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE MS GLOW* DI  
KABUPATEN BEKASI**

SKRIPSI



OLEH:  
RIA SITI AL BARIAH  
NIM : 112010043

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS  
PRODUK, DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* MS GLOW DI  
KABUPATEN BEKASI**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen (S1)

**SKRIPSI**



**OLEH:**  
**RIA SITI AL BARIAH**  
**NIM : 112010043**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Ria Siti Al Bariah  
NIM : 112010043  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Ms Glow di Kabupaten Bekasi

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian tugas akhir skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa

Bekasi, 13 Juli 2024

Pembimbing



Kuwat Riyanto., S.E., M.M., D.B.A  
NIDN: 0417087905

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK, DAN  
BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SKINCARE MS GLOW DI KABUPATEN BEKASI**

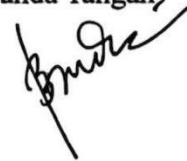
Dipersiapkan dan disusun oleh:  
Ria Siti Al Bariah  
112010043

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 27, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

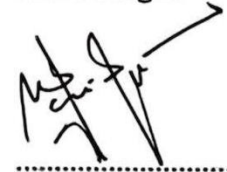
Ketua Penguji,  
Ir.Kurbandi Satpatmantyo BR.,M.M.,D.B.A  
NIDN : 0406046703

Tanda Tangan,



Anggota Penguji,  
Dr. RR Wening Ken Widodasih, S.H., M.M.  
NIDN : 0413056903

Tanda Tangan



Mengetahui,

Ka.Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.  
NIDN: 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M  
NIDN: 0404046508

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ria Siti Al Bariah

NIM : 112010043

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri, atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang peneliti sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 27 Juli 2024

Tanda Tangan



METER  
TEMPEL

J221ALX327965626

Ria Siti Al Bariah

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”  
(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

Tidak ada perjuangan tanpa rasa sakit, tapi percayalah sakitnya sementara dan bahagia insyallah akan terasa selamanya.

*“We are not the best but bismillah, we must try to be better.”*

### PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan untuk:

1. Saya sendiri selaku penulis karena telah berjuang dan dapat bertahan sampai dengan sejauh ini dan mampu menyelesaikan skripsi ini ditengah patah hati yang saya rasakan
2. Untuk kedua orang tua saya dan kakak/adik saya serta segenap keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, perhatian dan kasih sayang untuk terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak/ibu dosen yang telah memberikan bimbingan serta arahan yang sangat berharga
4. Teman – teman senasib seperjuangan yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah ikhlas saling berbagi dan membantu dalam setiap kesulitan tugas akhir ini dan segala kenangan selama kuliah
5. Orang-orang baik yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian Skripsi

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang melimpahkan rahmat serta karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Ms Glow di Kabupaten Bekasi”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardi Putra, S.K.M., M.M., D.B.A. selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril dan materil kepada penulis.
3. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E.,M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staff yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Skripsi Mahasiswa.
4. Bapak Kuwat Riyanto S.E., M.M., D.B.A selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan motivasi dan masukan kepada penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis
6. Kedua Orang Tua dan Keluarga tercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan semangat serta pengertian yang besar kepada penulis baik selama mengikuti perkuliahan maupun dalam menyelesaikan Skripsi ini.

7. Seluruh Civitas Akademika Universitas Pelita Bangsa Cikarang.
8. Kepada Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner, sehingga Penelitian ini berjalan dengan lancar.
9. Sahabat-sahabat penulis yang banyak memberikan dukungan, nasihat, dan masukan dalam penyusunan Skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penulisan hasil penelitian. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Bekasi, 12 Juli 2024

Penulis,

Ria Siti Al Bariah



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Kepercayaan Konsumen .....	7
2.1.1.1 Dimensi Kepercayaan Konsumen .....	7
2.1.1.2 Indikator Kepercayaan Konsumen .....	8
2.1.1.3 Strategi Kepercayaan Konsumen.....	9
2.1.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen...10	
2.1.2 Kualitas Produk.....	12
2.1.2.1 Dimensi Kualitas Produk .....	13
2.1.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	13
2.1.2.3 Strategi Kualitas Produk .....	14
2.1.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	15
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	16
2.1.3.1 Dimensi <i>Brand Ambassador</i> .....	17
2.1.3.2 Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	18
2.1.3.3 Strategi <i>Brand Ambassador</i> .....	18
2.1.3.4 Faktor- Faktor yang mempengaruhi <i>Brand Ambassador</i> .....	19
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	20
2.1.4.2 Indikator Keputusan Membeli .....	21
2.1.4.3 Strategi Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24

2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
2.4 Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Jadwal dan Lokasi Penelitian .....	32
3.3 Desain Penelitian .....	32
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	35
3.5 Populasi Dan Sampel.....	38
3.5.1 Populasi.....	38
3.5.2 Sampel.....	38
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	39
3.7 Metode Analisis Data .....	40
3.7.1 Uji Instrumen.....	40
3.7.1.1 Uji Validitas.....	40
3.7.1.2 Uji Reabilitas .....	41
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	42
3.7.2.1 Uji Normalitas .....	42
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas .....	42
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	43
3.7.2.4 Uji Autokorelasi.....	44
3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda .....	44
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi .....	45
3.7.5 Uji Hipotesis .....	46
3.7.5.1 Uji t (Uji Parsial) .....	46
3.7.5.2 Uji F (Uji Simultan) .....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Ms Glow .....	48
4.2 Analisis Deskriptif Data Responden .....	49
4.3 Analisis Data Penelitian .....	51
4.3.1 Uji Instrumen.....	51
4.3.1.1 Uji Validitas.....	51
4.3.1.2 Uji Reliabilitas .....	53
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	54
4.3.2.1 Uji Normalitas .....	54
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas .....	56
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	57
4.3.2.4 Uji Autokorelasi.....	58
4.3.3 Uji Regresi Linear Berganda .....	59
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi .....	60
4.3.5 Uji Hipotesis .....	61
4.3.5.1 Uji t (Uji Parsial) .....	61
4.3.5.2 Uji F (Uji Simultan) .....	62
4.4 Pembahasan.....	63

4.4.1 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.	63
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	65
4.4.4 Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap .....	3
Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel .....	35
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	50
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Pertanyaan terkait Kepercayaan Konsumen .....	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Pertanyaan terkait Kualitas Produk .....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Pertanyaan terkait Brand Ambassador .....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Pertanyaan terkait Keputusan Pembelian .....	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Data Residual .....	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi .....	58
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	61
Tabel 4. 17 Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	61
Tabel 4. 18 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	28
Gambar 3. 1 Desain Penelitian .....	33
Gambar 3. 2 Skor Kategori Skala <i>Likert</i> .....	40
Gambar 4. 1 Logo Ms Glow .....	49
Gambar 4. 2 Uji Histogram.....	55
Gambar 4. 3 Grafik <i>P – P Plot</i> Regresi.....	55
Gambar 4. 4 Grafik <i>Scatterplot</i> Regresi .....	58

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	78
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Penelitian .....	83
Lampiran 3 Analisis Data.....	91
Lampiran 4 Bukti Cek Plagiarisme .....	98
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup .....	100

***THE INFLUENCE OF CONSUMER TRUST, PRODUCT QUALITY, AND  
BRAND AMBASSADOR ON PURCHASING DECISIONS OF MS GLOW  
SKINCARE IN BEKASI REGENCY***

**Ria Siti Al Bariah<sup>1</sup>  
Kuwat Riyanto<sup>2</sup>**

***ABSTRACT***

*This purpose of this study is to investigate the influence of consumer trust, product quality, and brand ambassador on purchasing decisions regarding Ms Glow skincare products in Bekasi Regency. The research employs a quantitative approach involving all users of Ms Glow skincare in Bekasi Regency. The sample consists of 100 respondents selected through purposive sampling techniques. Data collection was conducted using a questionnaire distributed via Google Form. The gathered data were processed using SPSS 24 software with multiple linear regression analysis. The results indicate that product quality and brand ambassador have a positive influence on purchasing decisions for Ms Glow skincare in Bekasi Regency.*

***Keywords:*** *brand ambassador, consumer trust, Ms Glow, product quality, purchasing decisions*

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK, DAN  
BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SKINCARE MS GLOW DI KABUPATEN BEKASI**

**Ria Siti Al Bariah<sup>1</sup>  
Kuwat Riyanto<sup>2</sup>**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kepercayaan konsumen, kualitas produk, dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian *skincare* Ms Glow di Kabupaten Bekasi. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif kepada seluruh pengguna *skincare* Ms Glow di Kabupaten Bekasi. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden yang dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebar melalui *Google Form*. Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan perangkat lunak pengolah data SPSS 24 dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian meunjukkan bahwa kualitas produk dan *brand ambassador* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *skincare* Ms Glow di Kabupaten Bekasi.

**Kata Kunci:** *brand ambassador*, kepercayaan konsumen, kualitas produk, keputusan pembelian, Ms Glow