

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE LAVEES  
COSMEDICS**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Skincare Lavees Cosmedics Di Klinik Tazkiyah  
Buluagung Wangkit Kecamatan Purwosari)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



**HENDRI WAHYU IRAWAN**

**201969100058**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS YUDHARTA**

**PASURUAN**

**2023**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE LAVEES  
COSMEDICS**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Skincare Lavees Cosmedics Di Klinik Tazkiyah  
Buluagung Wangkit Kecamatan Purwosari)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



**HENDRI WAHYU IRAWAN**

**201969100058**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS YUDHARTA**

**PASURUAN**

**2023**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Skincare Lavees Cosmedics (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Skincare Lavees Cosmedics Di Klinik Tazkiyah Buluagung Wangkit Kecamatan Purwosari)

Disusun Oleh : Hendri Wahyu Irawan

Nim : 2019.691.000.58

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan di depan tim penguji


Pasuruan, 22 Agustus 2023

Ketua Program Studi Administrasi  
Bisnis



  
Nur Ajizah, S.Sos., M.AB  
NIP. 0691502001

Pembimbing



Nur Ajizah, S.Sos., M.AB  
NIP. 0691502001

### TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS  
YUDHARTA PASURUAN, PADA:

HARI : Kamis

TANGGAL : 24-Agustus-2023

JAM : 08.00

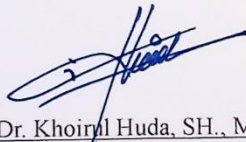
JUDUL : Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Kepercayaan Merek Terhadap  
Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Skincare Lavees  
Cosmedics (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Skincare Lavees  
Cosmedics Di Klinik Tazkiyah Buluagung Wangkit Kecamatan  
Purwosari)

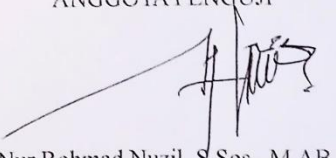
### DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

KETUA PENGUJI

ANGGOTA PENGUJI

  
Dr. Khoirul Huda, SH., M.Hum  
NIP. Y 0690601046

  
Nur Rohmad Nuzil, S.Sos., M.AB  
NIP. Y 0691103044

MENGESAHKAN,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik  
  
Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB  
NIP. Y 0691103037

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga, ibu kaprodi, sahabat, dan semua pihak :

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Bapak (Suprpto) dan Ibu (Siri Cholifah) yang telah kasih dukungan, semangat serta doa kepada anaknya.
2. Skripsi atau tugas ahir ini saya persembahkan kepada Ibu Kaprodi (Nur Ajizah S.Sos., M.AB) yang selalu sabar membimbing saya, selalu sabar saat memberikan arahan mengerjakan tugas ahir ini, dan selalu memberikan kelancaran sampai ahir ini.
3. Saya terima kasih untuk teman yang telah membantu saya saat mengerjakan tugas ini yang telah mendikte saya sampai tidak tau waktu. Dan terima kasih untuk teman yang bertanya kapan sempro, kapan semhas, kapan sidang, itu adalah semangat saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

## MOTTO

Jika kamu bisa duduk dengan tenang saat mengerjakan skripsi ini

Padahal kamu tidak tahu akan jadi apa di masa akan datang.

Lantas mengapa kamu takut kehidupanmu berantakan

Padahal kamu tahu bahwa ALLAH SWT yang mengatur semuanya.

\*\_\* 29 Juni 2021 \*\_\*

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hendri Wahyu Irawan

Nim : 2019.691.00.058

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Universitas : Yudharta Pasuruan

Judul : Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Skincare Lavees Cosmedics (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Skincare Lavees Cosmedics Di Klinik Tazkiyah Buluagung Wangkit Kecamatan Purwosari)

Menyatakan dengan benar dan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya, didalamnya tidak terdapat sebagian pendapat atau pemikiran orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat, tanpa menyebutkan sumber dari orang lain tersebut, saya mengakui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri.

Apabila di suatu saat terbukti saya melakukan hal yang tidak baik tersebut, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan membatalkan skripsi yang saya buat ini sebagai hasil karya tulisan saya sendiri, selanjutnya gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Yudharta Pasuruan saya tarik atau batal saya terima.

Pasuruan,.....2023



Hendri Wahyu Irawa

## ABSTRAK

Hendri Wahyu Irawan. Program studi administrasi bisnis universitas yudharta. 22 agustus 2023. Pengaruh *Persepsi Kualitas* dan *Kepercayaan Merek* terhadap *Minat Beli* dan *Kepercayaan Merek* (studi kasus pada konsumen produk skincare lavees comedics di klinik tazkiyah buluagung wangkit kecamatan purwosari).

Kosmetik adalah salah satu kebutuhan bagi wanita yang digunakan sehari-hari agar terlihat lebih menarik. Wanita merupakan makhluk yang mencintai keindahan, ingin selalu tampil cantik dalam keadaan situasi apapun. Apalagi dizaman sekarang yang sudah mengembangkan *persepsi kualitas* produk yang baik dan juga *kepercayaan merek* produk ini aman saat digunakan. Maka keluarlah antusiasme bagi konsumen yang *berminat beli* maupun *Keputusan Pembelian* produk skincare yang kualitasnya baik dan kepercayaan merek aman digunakan.

Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh *Persepsi Kualitas* dan *Kepercayaan Merek* terhadap *Minat Beli* dan *Keputusan Pembelian* skincare lavees comedics. Populasi yang digunakan adalah data konsumen yang membeli produk skincare lavees comedics dengan metode *purposive sampling* dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan dua metode yaitu, (wawancara) dan penyebaran angket (kuesioner). Untuk uji statistik dan pengelolaan data menggunakan *Partial Least Square* (WarpPLS 7.0).

---

*Kata Kunci : Persepsi Kualitas, Kepercayaan Merek dan Minat Beli, Keputusan Pembelian.*



## ABSTRACT

Hendri Wahyu Irawan. Yudharta University business administration study program. 22 August 2023. The Effect of Perceived Quality and Brand Trust on Purchase Intention and Brand Trust (a case study on consumers of laves comedics skincare products at the Tazkiyah Buluagung Wangkit clinic, Purwosari District).

Cosmetics are a necessity for women who are used daily to make them look more attractive. Women are creatures who love beauty, want to always look beautiful in any situation. Especially in today's era that has developed a perception of good product quality and also brand trust that this product is safe when used. Then there is enthusiasm for consumers who are interested in buying and purchasing decisions for skincare products that are of good quality and brand trust are safe to use.

This study was used to examine the effect of Perceived Quality and Brand Trust on Purchase Intentions and Purchase Decisions for skincare laves cosmetics. The population used is consumer data that buys laves cosmetics skincare products using a purposive sampling method and a sample of 100 respondents. Data collection techniques used in this study are using two methods, namely, (interviews) and questionnaires (questionnaires). For statistical tests and data management using Partial Least Square (WarpPLS 7.0).

---

**Keywords :** *Quality Perception, Brand Trust and Buying Interest, Buying Decision*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Skincare Lavees Cosmedics (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Skincare Lavees Cosmedics Di Klinik Tazkiyah Buluagung Wangkit Kecamatan Purwosari)”. Proposal skripsi ini disusun sebagai syarat dalam menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Yudharta Pasuruan. Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pemikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan sepuh hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat berupa kesehatan, kelancaran, dan kecerdasan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Romo KH. Sholeh Bahrudin dan Ibu Nyai Hj. Siti Sa’adah selaku pengasuh Yayasan Darut Taqwa yang senantiasa membimbing kita semua, baik jasmani maupun rohani.
3. Bapak Dr. Kholid Murtadlo, S.E., M.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.

4. Ibu Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M. AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
5. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Dosen Pembimbing.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan semangat serta doanya.
7. Teman-teman yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan proposal ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu baik moril maupun semangat dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Akhir kata, penyusunan proposal ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penyusunan skripsi kedepannya.

Pasuruan,.... 2023

Penulis,

Hendri Wahyu Irawan

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>4</b>
<b>TANDA PENGESAHAN</b> .....	<b>4</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>4i</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>4</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>13</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>14</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>14</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>7</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>7</b>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<b>8</b>
1.4.1 Manfaat Praktis .....	<b>8</b>
1.4.2Manfaat Akademis .....	<b>10</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Kajian Teoritik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Arti dan Pentingnya Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.2	Pengertian Persepsi Kualitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.1	Faktor yang Mempengaruhi Persepsi kualitas .....	14
2.1.2.2	Dimensi Persepsi Kualitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.3	Indikator Persepsi Kualitas (Perceived Quality)...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3	Pengertian Kepercayaan Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.1	Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.2	Dimensi Kepercayaan Merek .....	20
2.1.3.3	Indikator Kepercayaan Merek .....	21
2.1.4	Pengertian Minat Beli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.1	Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.2	Dimensi Yang Membentuk Minat Beli ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.3	Indikator Dari Minat Beli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5	Pengertian Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.2	Dimensi Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.2	Penelitian Terdahulu.....	29
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	43
2.3.1	Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli .....	45
2.3.2	Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian .....	46
2.3.3	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli.....	47
2.3.4	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	48
2.3.5	Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian .....	49
2.4	Kerangka Penelitian .....	50
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>51</b>
3.1	Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Lokasi Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Variabel dan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1	Variabel Independen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2	Variabel Dependen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.4 Definisi Oprasinal Variabel.....	52
3.4.1 Persepsi Kualitas .....	52
3.4.2 Kepercayaan Merek.....	53
3.4.3 Minat Beli .....	54
3.4.4 Keputusan Pembelian .....	55
3.5 Populasi Dan Sampel .....	57
3.5.1 Populasi .....	57
3.5.2 Sampel .....	57
3.6 Jenis Dan Sumber Data .....	59
3.6.1 Primer.....	59
3.6.1 Sekunder.....	60
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.8 Skala Pengukuran .....	61
3.9 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	62
3.9.1 Uji Validitas.....	62
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	63
3.10 Teknik Analisis .....	63
3.10.1 Analisis Deskriptif.....	63
3.10.2 Analisis Inferensial.....	64
3.11 Analisis Partial Least Square (PLS) .....	64
3.11.1 Analisis Model Pengukuran atau Outer Mode.....	65
3.11.1 Analisis Model Struktural atau Inner Model.....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	67
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
4.1.2 Jenis Produk Lavees Cosmedics .....	68
4.1.3 Sejarah Klinik Tazkiyah Buluagung Wangkit Kecamatan Purwosari.....	75
4.1.4 Struktur Organisasi .....	75
4.2 Deskriptif Klasifikasi Responden.....	76
4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	76
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	77
4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	77
4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	78
4.2.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pemakaian.....	79
4.3 Deskriptif Hasil Penelitian .....	79

4.3.1 Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas (X1).....	80
4.3.2 Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X2) .....	83
4.3.3 Deskriptif Variabel Minat Beli (Y1) .....	85
4.3.4 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y2) .....	87
4.4 Analisis Statistik Infrensial .....	89
4.4.1 Uji Partial Least Square (PLS).....	89
4.4.2 Uji Outer Model.....	89
4.4.3 Uji Inner Model .....	99
4.4.4 Uji Signifikasi dan Pengujian Hipotesis .....	100
4.5 Pembahasan dan Analisis Temuan.....	102
4.5.1 Pengaruh <i>Persepsi Kualitas (X1)</i> terhadap <i>Minat Beli (Y1)</i> .....	102
4.5.2 Pengaruh <i>Kepercayaan Merek (X2)</i> terhadap <i>Minat Beli (Y1)</i> .....	104
4.5.3 Pengaruh <i>Persepsi Kualitas (X1)</i> terhadap <i>Keputusan Pembelian (Y2)</i> .....	105
4.5.4 Pengaruh <i>Kepercayaan Merek (X2)</i> terhadap <i>Keputusan Pembelian (Y2)</i> ..	107
4.5.5 Pengaruh <i>Minat Beli (Y1)</i> terhadap <i>Keputusan Pembelian (Y2)</i> .....	108
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>111</b>
5.1 Kesimpulan .....	112
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	112
5.3 Saran.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>115</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 3.1 Ringkasan Penelitian Variabel Bebas Dan Terikat.....	61
Tabel 3.1 Ringkasan tabel skala likers .....	62
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	77
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	77
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	78
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pemakaian .....	79
Tabel 4.6 Skala Distribusi Kriteria .....	80
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Persepsi Kualitas (X1).....	80
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Kepercayaan Merek (X2) .....	83
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Minat Beli (Y1) .....	85
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y2).....	87
Tabel 4.11 Hasil Average Variance Extracted (AVE) .....	90
Tabel 4.12 Outer Loading Persepsi Kualitas .....	91
Tabel 4.13 Outer Loading Kepercayaan Merek .....	92
Tabel 4.13 Outer Loading Minat Beli.....	92
Tabel 4.14 Outer Loading Keputusan Pembelian .....	92
Tabel 4.15 Hasil Cross Loading.....	93
Tabel 4.16 Konstruk Reliability dan Validity .....	98
Tabel 4.17 Hasil R-Square ( $R^2$ ) .....	99



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian Winda Linansya (2022).....	30
Gambar 2.2 Model Penelitian Rosi E. Fitriyati (2020) .....	31
<i>Gambar 2.3 Model Penelitian</i> Dika Afifudin Kurniawan (2022) .....	32
Gambar 2.4 Model Penelitian Merry Yana Sari (2020) .....	34
Gambar 2.5 Model Penelitian Willis Rukmi Feny Dan Bambang Sutedjo (2022) .....	35
Gambar 2.6 Model Penelitian Ira Hardiyanti Dan Arif Fadilla (2021).....	36
Gambar 2.7 Model Penelitian Nur Avyani Dan Asep Imam (2020) .....	37
Gambar 2.8 Model Penelitian Ami Rahayu (2020) .....	38
Gambar 2.9 Model Penelitian Deswita Puji Astuti (2022).....	40
Gambar 2.10 Model Penelitian Onny Setyawan, Yeni Dan Okalesa (2021).....	40
Gambar 2.10 Model Penelitian Onny Setyawan, Yeni Dan Okalesa (2021).....	40
Gambar 2.11 Kerangka Konsep .....	45
Gambar 2.12 Kerangka Penelitian .....	50
Gambar 4.1 Logo Merek.....	68
Gambar 4.2 Acne Series.....	68
Gambar 4.3 Glowwhite Series .....	68
Gambar 4.4 Acne Series.....	68
Gambar 4.5 Acne Calm Hydrating Essense (Toner) .....	69
Gambar 4.6 Azaclear Serum .....	69
Gambar 4.7 Moist Sunscreen .....	70
Gambar 4.8 Ax Bpom .....	70
Gambar 4.9 Acne Gentle Cleanser .....	71
Gambar 4.10 Concentrate Glowwhite Serum Essence .....	71
Gambar 4.11 Wx Night Cream .....	72

Gambar 4.12 Lomious Physical Sunscreen Spf 50 .....	72
Gambar 4.13 Glow White Cream.....	73
Gambar 4.14 Lomious Physical Sunscreen Spf 30 Pa+++ .....	74
Gambar 4.15 Glowwhite Brightening Facial Wash .....	74
Gambar 4.16 Plumpy White Serum .....	74
Gambar 4.17 Logo Klinik .....	75
Gambar 4.18 Uji Outer Loading .....	91
Gambar 4.19 Boostapping <i>Setelah</i> Estimasi Ulang .....	99