

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK  
EMINA DI MASA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**



Oleh :

**HELLENA RAMADHANI  
NIM 1710411189**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2022**

**PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK  
EMINA DI MASA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam  
menyelesaikan Program Sarjana Fakultas Ekonomi



Oleh  
**HELLENA RAMADHANI**  
**NIM 1710411189**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2022**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HELLENA RAMADHANI

NIM : 1710411189

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina di Masa Pandemi Covid-19; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Juli 2022

Yang menyatakan,



HELLENA RAMADHANI

NIM 1710411189

**SKRIPSI**

**PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK  
EMINA DI MASA PANDEMI COVID-19**



Oleh  
**HELLENA RAMADHANI**  
**NIM 1710411189**

**Pembimbing:**

Dosen Pembimbing Utama : Dra, Retno Endah Supeni., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM

Two rectangular boxes containing handwritten signatures. The top box contains a signature with a small '2' above it. The bottom box contains another signature.

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina di Masa Pandemi Covid-19, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Hellena Ramadhani

NIM : 1710411189

Hari : Rabu

Tanggal : 20 Juli 2022

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

  
Bayu Wijayantini, SE. M.M  
NPK. 1979021711009661

Anggota 1,

  
Dra. Retno Endah Supeni., MM  
NPK. 1967052219510256

Anggota 2,

  
Wahyu Eko Setia Ningsih, SE., MM  
NPK. 1979120811503633

Mengesahkan :

Dekan

  
Maheni Ika Sari, SE, MM  
NPK. 197708112005012001

Ketua Program Studi

  
Achmad Hasan Hafidzi.,SE.,MM  
NPK. 1986051411703796

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada mereka yang mampu memberikan ketenangan hati, mampu menjadi penyemangat dalam hari – hari saya, dan mampu memberi alasan kepada saya untuk tetap bertahan dengan langkah dan usaha saya, *Directed to:*

1. Ucapan syukur dan terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan segala sesuatu di waktu yang tepat dan memberikan kelancaran untuk menyelesaikan kewajiban tugas akhir.
2. Kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan, membimbing, dan kasih sayangnya yang begitu besar sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Keluarga besar penulis yang telah mampu memberikan warna lain di hidup ini, terima kasih atas segala hal yang tidak terungkapan dengan bahasa apapun.
3. Mama Lis dan Om pur yang sudah saya anggap sebagai orang tua kedua yang selalu memberi semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Mochamad Bagus Abrianto yang setia menemani dan memberikan dukungan dari awal mengerjakan sampai saat ini menyelesaikan tugas akhir.
5. Sahabatku tersayang Mega dan Zulfa yang selalu memberi semangat dan motivasi kepadaku saat mengerjakan skripsi, dan juga selalu disampingku disaat aku merasa membutuhkan.
6. Adik–adik ku yang menjadi semangatku untuk terus berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Semua sepupuku ina, cindy, caca, andika, widy, nanda, oza yang memberikan semangat tiada henti.
8. Teman-teman seangkatan Manajemen 2017 khususnya teman seperjuangan kelas Manajemen E terima kasih sudah memberikan semangat kepada peneliti.
9. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember yang selalu saya banggakan dan memberi pengalaman dan cerita selama perkuliahan.

## MOTO

Sebagian obat justru menjadi penyebab datangnya penyakit, sebagaimana sesuatu yang menyakitkan adakalanya menjadi obat penyembuh.

*Ali Bin Abi Thalib RA*

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya

(QS. Al Baqarah : 286)

Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga dan bertaqwalah kepada Allah supaya kamu menang.

(QS. Al Imraan : 200)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh

(urusan yanglain).

(QS. Al Insyirah :6-7)

Barangsiapa bertaqwa pada Allah, maka Allah memberikan jalan keluar kepadanya dan memberi rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka.

Barangsiapa yang bertaqwa pada Allah, maka Allah jadikan urusannya menjadi mudah. Barangsiapa yang bertaqwa pada Allah akan dihapuskan dosa-dosanya dan mendapatkan pahala yang agung.

(QS. Ath Thalaq : 2-4)

## **Kata Pengantar**

Segala puji sukur saya haturkan sedalam-dalamnya Kehadirat Allah SWT, atas segala nikmat dan lindungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Semoga segala hal yang telah diupayakan oleh penulis dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Skripsi yang berjudul PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK EMINA DI MASA PANDEMI COVID-19 dengan memuat bab I sampai dengan bab V. Bab I berisi pendahuluan, bab II berisi kajian pustaka dan hipotesis tindakan, bab III berisi metode penelitian, bab IV berisi hasil dan pembahasan penelitian, bab V berisi penutup. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pihak yang berkontribusi secara langsung dalam penelitian ini yaitu:

1. Dr. Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember
2. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Achmad Hasan Hafidzi.,SE.,MM, selaku Kepala Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Jember dan penguji.
4. Ibu Bayu Wijyantini, SE. M.M selaku Dosen penguji yang telah memberikan koreksi dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dra, Retno Endah Supeni., MM, dan Wahyu Eko Setia Ningsih, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, terimakasih atas segala ilmu yang telah Bapak, Ibu dosen berikan.
7. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2017, semoga kebersamaan yang kita jalin takkan terlupa hingga hari tua.
8. Almaterku Universitas Muhammadiyah Jember, terimakasih atas kesempatan yang telah diberikan.



9. Semua pihak yang telah menjadi bagian penting dalam mengerjakan skripsi ini. Terima kasih atas segala bantuannya.

Kami telah curahkan segenap kemampuan baik tenaga ataupun pikiran guna menjadikan skripsi ini tanpa cacat. Namun kami sadar bahwa tiada gading yang tak retak, mengingat hal itu kami sepenuhnya menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka oleh karena itu saya mengharapkan tegur sapa semua pihak demi memperbaiki skripsi ini baik dari saran ataupun kritik. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini tidak hanya menjadi prasyarat Strata satu (S1) semata, tapi juga bisa memberikan manfaat bagi pembaca.

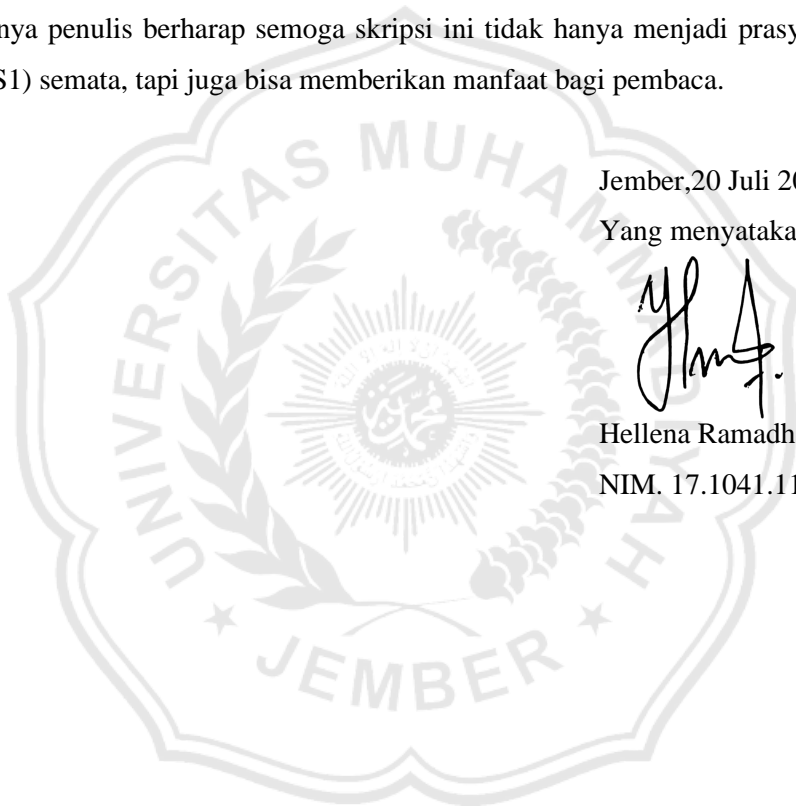
Jember, 20 Juli 2022

Yang menyatakan,



Hellena Ramadhani

NIM. 17.1041.1189



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN PENULIS .....	iii
HALAMAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.2 Perilaku Konsumen.....	9
2.2.1 Pengertian.....	9
2.2.2 Model perilaku konsumen .....	9
2.3 Keputusan Pembelian .....	10
2.4 Bauran Pemasaran .....	15
2.1.4 Pengertian.....	15
2.1.5 Unsur-unsur Bauran Pemasaran .....	15
2.5 <i>Brand image</i> .....	16
2.6 <i>Brand trust</i> .....	18
2.7 Kualitas Produk .....	19
2.8 Harga .....	20
2.9 Penelitian Terdahulu .....	21
2.10 Kerangka Konseptual.....	30
2.11 Hipotesis.....	30
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	33

3.1 Identifikasi Variabel .....	33
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	33
3.3 Rancangan Penelitian.....	35
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.5 Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.5.1 Populasi .....	35
3.5.2 Sampel.....	36
3.5.3 Teknik sampling .....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.7 Analisis Data.....	37
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	37
3.7.2 Uji Instrumen Data .....	38
3.7.3 Regresi Berganda .....	38
3.7.4 Uji Asumsi Klasik .....	39
3.7.5 Uji Hipotesis .....	40
3.7.6 Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	40
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum.....	41
4.1.1 Sejarah Universitas Muhammadiyah Jember .....	41
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan.....	42
4.1.3 Produk Emina.....	42
4.2 Hasil Analisis Data .....	43
4.2.1 Deskripsi Responden.....	43
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	44
4.2.3 Uji Instrumen.....	49
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	50
4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis .....	53
4.2.7 Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	54
4.2.8 Pembahasan.....	54
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Saran .....	59
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Kosmetik Emina.....	5
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	25
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Umur .....	42
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Fakultas Responden.....	43
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden terhadap <i>Brand image</i> ...	43
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap <i>Brand trust</i> .....	44
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Harga .....	45
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Kualitas Produk .....	45
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Keputusan pembelian.....	47
Tabel 4.8 Validitas Instrumen .....	48
Tabel 4.9 Reliabilitas Instrumen .....	49
Tabel 4.10 Uji Normalitas Data dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top penjualan produk kecantikan .....	4
Gambar 1.2 Data Penjualan Brand Emina tahun 2021 (compas.co.id) .....	5
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	65
Lampiran 2 Tabulasi .....	67
Lampiran 3 Uji Intrumen.....	76
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	78
Lampiran 5 Regression.....	80
Lampiran 6 Tabel R .....	81
Lampiran 7 Tabel T.....	82
Lampiran 8. Surat Ijin Penelitian .....	83
Lampiran 9. Dokumentasi .....	84
Lampiran 10. Data hasil Google Form.....	87

