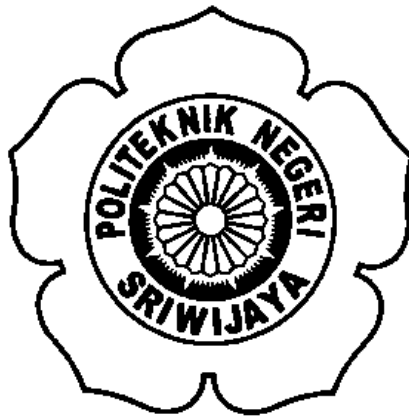


**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN
MEREK (*BRAND TRUST*) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK
WARDAH (Studi Kasus Mahasiswa
Jurusan Adminitrasi Bisnis)**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**NAMIRA HELENA
NPM 062230601196**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN
MEREK (*BRAND TRUST*) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK
WARDAH (Studi Kasus Mahasiswa
Jurusan Administrasi Bisnis)**



LAPORAN AKHIR

**OLEH:
NAMIRA HELENA
NPM 062230601196**

Menyetujui,

Palembang, 1 Agustus 2025

Pembimbing I,

**Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M.
NIP 197504212001122001**

Pembimbing II,

**Billy Dewantara, S.E., M.Si.
NIP 199102032022031004**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Sari L. Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis**

**Dwi Riana, S.E., M.AB.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Namira Helena

NPM : 062230601196

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak yang berkepentingan.

Palembang, 1 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Namira Helena
NPM 062230601196

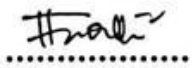
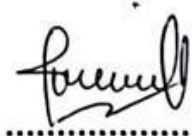
LEMBARAN PEGESAHAN

Nama : Namira Helena
NPM : 062230601196
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D.III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek
(*Brand Trus*) Terhadap Keputusan Pembelian pada
Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa
Jurusan Administrasi Bisnis)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jumat
Tanggal: 1 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M Ketua Penguji		29 Juli 2025
2.	Dr. Neneng Miskiyah, S.E., M.Si Anggota Penguji		30 Juli 2025
3.	Yulia Pebrianti, S.EI., M.Si Anggota Penguji		29 Juli 2025
4.	Agung Anggoro Seto, S.E., M.Si Anggota Penguji		30 Juli 2025

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan apa yang yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan”

(Umar bin Khatab)

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda, cuma sekiranya kalua teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir, mimpi-mimpi lain bisa diciptakan”.

(Windah Basudara)

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang tua**
- **Saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NB 2025**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita ucapkan kepada Allah SWT karena telah melimpahkan segala nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Adminitrasi Bisnis)”**.

Laporan akhir ini dibuat dengan maksdu memberikan informasi kepada pembaca mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Adminitrasi Bisnis). Laporan akhir ini juga disusun untuk melengkapi persyaratan kurikulum yang harus diselesaikan dalam pendidikan Diploma III Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu dengan tangan terbuka kami menerima segala saran kritik dari pembaca agar kami dapat memperbaiki makalah ini. Penulis juga berterima kasih atas bimbingan dan arahan dari pihak yang bersangkutan.

Palembang, Juli 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT pencipta seluruh alam semesta yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta nikmat yang tiada terhitung kepada kami sehingga kami dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan, bantuan, dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis.
5. Ibu Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, solusi dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Billy Dewantara, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, solusi dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Seluruh Dosen, Karyawan dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Kedua orang tua tersayang, Papa Muhammad Aini dan Mama Apridmi Darti. Terima kasih atas segala pengorbanan dan ketulusan yang telah diberikan sejak saya kecil hingga hari ini. Meskipun Mama dan Papa tidak pernah merasakan bangku perkuliahan, namun semangat, dukungan, dan kasih sayang yang diberikan tak pernah surut. Kalian adalah sosok yang sangat berjasa dan selalu berusaha agar anak-anaknya dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Semoga Mama dan Papa senantiasa diberi

kesehatan dan umur panjang, agar dapat menyaksikan keberhasilan lain yang akan diraih oleh anak-anaknya dimasa yang akan datang.

9. Kepada Saudara tersayang Meity Ayu Putri. Terima kasih atas dukungan dan semangat yang tulus dalam penyelesaian Laporan Ahir ini. Terima kasih telah menjadi penguat di saat-saat sulit dan menjadi menjadi panutan dalam upaya untuk terus menjadi pribadi yang lebih baik.
10. Teman-teman seperjuangan kelas 6 NB yang telah membantu dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.
11. Kepada sahabat Penulis Laura Yurisca. A, Meilikha Ariestha, Silvia Eka Pitria, dan Siti Khoirul Ilma. Terima kasih karena selalu ada menemani di setiap langkah perjalanan kuliah ini. Terima kasih atas ketulusan dan kebaikan kalian, semoga persahabatan kita tetap kuat bahkan setelah kita lulus nanti. Terima kasih telah menjadi bagian dari cerita terindah dalam hidupku
12. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian laporan ini, yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga semua pihak yang telah memberikan bantuan seta dukungan kepada penulis selalu diberikan perlindungan serta pahala dari Allah SWT. Apabila dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik ini terdapat kekeliruan maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan Laporan ini dan penulis juga berharap semoga Laporan ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Palembang, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini Adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kepercayaan merek (*brand trust*) terhadap keputusan pembelian pada kosmetik wardah studi kasus mahasiswa jurusan administrasi bisnis, data yang digunakan melalui penyebaran kuesioner ke 100 responden dan diolah menggunakan SPSS versi 26.0 *for windows*, setelah itu data tersebut dianalisis menggunakan metode tes uji validitas, tes uji reabilitas, uji t (persial), uji f (simultan) dan analisis regresi linear berganda, melalui jawaban responden peneliti mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kepercayaan merek (*brand trust*) terhadap keputusan pembelian, hasil ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,310 atau 31% sedangkan sisanya sebesar 0,569 atau 56,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel kualitas produk dan kepercayaan merek (*brand trust*), kemudian dari kedua variabel tersebut kualitas produk yang dominan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari hasil linear berganda $Y = 3,673 + 0,455X_1 + 0,140X_2 + 2,038$ berarti jika terjadi peningkatan kualitas produk 1 maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 45,5%. Hubungan antara kualitas produk dan kepercayaan merek (*brand trust*) terhadap keputusan pembelian berada pada tingkat yang sangat kuat dengan interval 0,80-1,000. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti lebih dalam dengan menambahkan variabel lain diluar variabel kualitas produk dan kepercayaan merek (*brand trust*).

Kata Kunci: Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of product quality and brand trust on purchasing decisions on Wardah cosmetics, a case study of students majoring in business administration, the data used is through distributing questionnaires to 100 respondents and processed using SPSS version 26. 0 for windows, after which the data is analyzed using the validity test method, reliability test test, t test (persial), f test (simultaneous) and multiple linear regression analysis, through the respondents' answers the researcher knows how much influence product quality and brand trust have on purchasing decisions, this result is evidenced by the coefficient of determination of 0.310 or 31% while the remaining 0.569 or 56.9% is influenced by purchasing decisions, 569 or 56.9% is influenced by other variables outside the product quality and brand trust variables, then of the two variables, product quality is dominant and influences purchasing decisions, this can be seen from the multiple linear results $Y = 3.673 + 0.455X_1 + 0.140X_2 + 2.038$ means that if there is an increase in product quality 1, the purchase decision will increase by 45.5%. The relationship between product quality and brand trust on purchasing decisions is at a very strong level with an interval of 0.80-1.000. For further researchers, it is recommended to examine more deeply by adding other variables outside the variables of product quality and brand trust.

Keywords: Brand Trust, Purchasing Decisions, Product Quality

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Tujuan penelitian	7
1.4.2 Manfaat penelitian	7
1.5 Metodologi Penelitian	8
1.5.1 Pendekatan penelitian.....	8
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	8
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	9
1.5.4 Populasi dan Sampel	10
1.5.5 Analisis Data	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	18
2.1.1 Bauran Pemasaran	18
2.2 Kualitas Produk.....	19
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	19

2.2.2	Indikator Kualitas Produk	20
2.3	Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>).....	20
2.3.1	Pengertian Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	20
2.3.2	Indikator Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>).....	21
2.4	Keputusan Pembelian.....	21
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.4.2	Indikator Keputusan Pembelian	22
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN		
1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	23
1.2	Visi Dan Misi Perusahaan.....	24
1.2.1	Visi PT <i>Paragon Technology And Innovation</i>	24
1.2.2	Misi PT <i>Paragon Techonology And Innovation</i>	24
1.3	Struktur Organisasi	25
1.4	Logo Wardah.....	27
1.5	Produk Wardah.....	28
1.5.1	<i>Skincare</i>	28
1.5.2	<i>Make Up</i>	28
1.5.3	<i>Haircare</i>	29
1.5.4	<i>Bodycare</i>	29
1.6	Karakteristik Responden.....	30
1.6.1	Karakteristik Berdasarkan Usia	30
1.6.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Produk yang Digunakan.	30
1.6.3	Karakteristik Berdasarkan Lama Menggunakan Produk ...	31
1.6.4	Sumber Informasi Mengenai Produk	32
1.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil	36
4.1.1	Pengujian Instumen Penelitian	36
4.1.1.1	Uji Validasi	36
4.1.1.2	Uji Reliabilitas	40
4.1.2	Uji Hipoteisi	41
4.1.2.1	Uji T	41
4.1.3.2	Uji F	42
4.1.3	Koefisien Determinasi (R^2)	43
4.1.4	Analisis Regresi Berganda	44
4.1.5	Uji Koefisien Korelasi.....	46

4.2 Pembahasan	47
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>) Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah	48
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>) Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indek Kategori Lipstik.....	3
Tabel 1.1 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	14
Tabel 1.1 Skala Pengukuran Data	15
Tabel 1.1 Defenisi Operasiona	16
Tabel 3.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 3.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Produk Yang Di Gunakan	31
Tabel 3.3 Karakteristik Berdasarkan Lama Waktu Penggunaan Produk Wardah .	32
Tabel 3.4 Sumber Informasi Mengenai Produk	32
Tabel 3.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X_1)	33
Tabel 3.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>) (X_2).....	34
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1).....	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>) (X_2)	38
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas	40
Tabel 4.5 Hasil Uji T (Uji Persial)	41
Tabel 4.6 Hasil Uji F (Uji Simultan)	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	44
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Korelasi Antara Variabel X Dan Y	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Merek Kosmetik Ilegal	2
Gambar 1.2 Grafik <i>Top Brand Index</i> Kategori Lipstik	4
Gambar 1.3 Grafik <i>Top Brand Index</i> Kategori Bedak Muka Padat	4
Gambar 1.4 Grafik <i>Top Brand Index</i> Kategori Bedak Muka Tabur	5
Gambar 3.1 Logo PT Paragon Technology and Innovation.....	23
Gambar 3.2 Struktur Perusahaan.....	25
Gambar 3.3 Logo Kosmetik Wardah.....	27
Gambar 3.4 Rangkaian Produk <i>Skincare</i> Wardah	28
Gambar 3.5 Rangkaian Produk <i>Make Up</i> Wardah	28
Gambar 3.6 Rangkaian Produk <i>Haircare</i> Wardah.....	29
Gambar 3.7 Rangkaian Produk <i>Bodycare</i> Wardah.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Kesepakatan Bimbingan Pembimbing I
- Lampiran 4 Surat Kesepakatan Bimbingan Pembimbing II
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Pembimbing I
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Pembimbing II
- Lampiran 7 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 8 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 9 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 10 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 11 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)
- Lampiran 13 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) (X_2)
- Lampiran 14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X_1)
- Lampiran 16 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) (X_2)
- Lampiran 17 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 18 Uji T, Uji F, Analisis Regresi Linear Berganda, dan Koefisien Determinasi
- Lampiran 19 Koefisien Korelasi