

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOSMETIK MAYBELLINE PADA PENGGUNA
SHOPEE**

SKRIPSI



**OLEH:
TRIA AGUSTIN
3903022021**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2025**

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAYBELINE
PADA PENGGUNA SHOPEE**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Prasyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh : TRIA AGUSTIN

3903022021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2025**

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAYBELINE PADA PENGGUNA
SHOPEE**

Oleh :
Tria Agustin

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh Gelar
Sarjana pada Program Studi Manajemen

Tria Agustin 2025
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Desember 2025

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dalam bentuk apapun
tanpa izin dari penulis

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAYBELINE PADA PENGGUNA
SHOPEE**

Oleh :
TRIA AGUSTIN
3903022021

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

Tanggal: 10 Desember 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Tria Agustin NRP 3903022021

Telah diuji pada tanggal 8 Januari 2026 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Veronika Agustini S. S.E., M.Si.

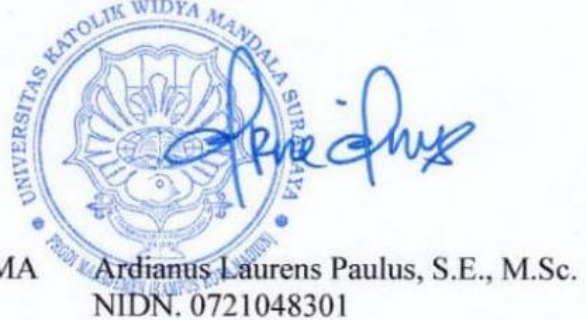
Mengetahui:

Dekan,



Dr. Hendra Wijaya, S. Akt., M.M., CPMA
NIDN. 0718108506

Ketua Program Studi Manajemen,



Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc.
NIDN. 0721048301

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tria Agustin

NRP : 3903022021

Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek
terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybeline pada
Pengguna Shopee

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 10 Desember 2025

Yang menyatakan



Tria Agustin

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaan dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Maybelline Pada Pengguna Shopee” dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan, saran, serta bantuan dari banyak pihak. Oleh sebab itu penulis ingin mengutarakan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku dosen pembimbing sekaligus ketua Program Studi Manajemen Kampus Madiun Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya serta wali studi yang telah memberikan waktu, ilmu, bimbingan, inspirasi, semangat, motivasi, serta berbagai masukan kepada penulis sepanjang masa perkuliahan hingga proses penyelesaian skripsi ini.
2. Kepada ibu Dr. Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si. dan ibu Dr. Vivi Ariani, S.E., M.Sc., CFP. Penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk dosen penguji yang telah memberikan kesediaan, perhatian, serta kontribusi yang diberikan selama proses ujian skripsi berlangsung. Kritik, arahan serta saran yang disampaikan secara konstruktif sangat membantu penulis dalam memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini.
3. Orang tua serta keluarga yang terkasih, Ayah Hari Widodo, Ibu Ros, Kakak Hendra Kurniawan yang senantiasa memberikan doa, dan dukungan baik secara

finansial maupun emosional yang selalu menjadi sumber kekuatan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan perjalanan akademik ini.

4. Orang terdekat penulis yang selalu setia mendampingi penulis dalam setiap proses yang saya lalui. Terima kasih atas perhatian, dukungan tanpa henti yang terus diberikan, terutama jika saya menghadapi kesulitan dan tekanan selama melakukan penyusunan skripsi ini. Kehadiran, semangat, doa, dan pengertian yang diberikan menjadi kekuatan besar bagi penulis untuk tetap bertahan dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
5. Teman-teman penulis Natasha, Anita, Nobel, May, Natalia, Devi, Inekhe, Angeline yang selalu mendukung dan menemani penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, canda tawa, serta dorongan semangat yang kalian berikan. Dengan adanya kehadiran kalian semua menjadi salah satu penguat di saat penulis merasa lelah. Setiap dukungan, motivasi, dan kerja sama yang diberikan sangat berarti bagi penulis sampai akhirnya mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis sangat menghargai segala bentuk bantuan dan kebersamaan yang telah kita lalui bersama.
6. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah terlibat dan membantu kelancaran proses penelitian mulai dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan penelitian skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan dan kelemahan, yang tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi bahan

pertimbangan untuk pengembangan studi di masa mendatang, serta memberikan manfaat dan wawasan bagi para pembaca.

Madiun, 11 Desember 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tria Agustin', written in a cursive style.

Tria Agustin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN HAK ATAS KEKAYAAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Pengembangan Hipotesis	25
2.4 Model Penelitian.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	30
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan.....	31
3.6 Analisis Data	32
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Deskripsi Data	39
4.3 Uji Kualitas Data	44
4.4 Uji Asumsi Klasik	46
4.5 Uji Hipotesis.....	50
4.6 Pembahasan	51
BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54

5.2 Keterbatasan	54
5.3 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Merek Kosmetik Terbaik di Indonesia.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Pengukuran Kesadaran Merek	29
Tabel 3.2 Pengukuran Kepercayaan Merek	30
Tabel 3.3 Pengukuran Keputusan Pembelian.....	30
Tabel 3.4 Interval Rentang Skala	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.5 Interval Skala	42
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek.....	42
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek.....	43
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.13 <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	48
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	27
Gambar 3.1 Daerah Penolakkan dan Penerimaan Hipotesis.....	37
Gambar 4. 1 Kurva Uji Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	50
Gambar 4.2 Kurva Uji Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2a. Bukti Penyebaran Kuesioner

Lampiran 2b. Data Demografi dan Data Penelitian

Lampiran 3. Statistik Deskriptif Responden

Lampiran 4. Statistik Deskriptif Variabel

Lampiran 5. Uji Kualitas Data

Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7. Tabel r

Lampiran 8. Tabel t

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kesadaran merek dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian Maybelline dipengguna Shopee. Sampel penelitian terdiri dari minimal 100 responden yang merupakan konsumen Shopee berusia minimal 17 tahun dan pernah membeli produk Maybelline. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan secara *online* melalui *googleform* dan disebarluaskan melalui *Direct Message* (DM). Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, koefisien determinasi (R^2), dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek dan kepercayaan merek mempunyai peran penting untuk mendorong keputusan pembelian produk Maybelline di platform Shopee. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengenalan konsumen terhadap merek dan semakin kuat rasa percaya konsumen terhadap kualitas dan reputasi merek tersebut.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to test and analyze the effect of brand awareness and brand trust towards Maybelline's purchasing decision in Shopee users. The research sample consists of at least 100 respondents who are Shopee consumers at least 17 years old and have bought Maybelline products. Sampling technique using purposive sampling method. Data is collected online through googleform and disseminated through Direct Message (DM). Data analysis techniques use validity test and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, hypothesis test, coefficient of determination (R^2), and t test. The results of the study indicate that brand awareness and brand trust play an important role in driving purchasing decisions for Maybelline products on the Shopee platform. These findings indicate that the higher the level of consumer recognition of the brand, the stronger the consumer's trust in the quality and reputation of the brand.

Keywords : Brand Awareness, Brand Trust, Purchase Decision