

**PENGARUH *BRAND TRUST*, *DIGITAL MARKETING*,  
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI  
LUWES LOJIWETAN SURAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Manajemen



**Nama : Iin Saputri**  
**Nim : 2021515108**  
**Prodi : S1 Manajemen**

**UNIVERSITAS DHARMA ADI UNGGUL BHIRAWA  
SURAKARTA**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Iin Saputri  
Nim : 2021515108  
Jurusan/ Prodi : Manajemen  
Judul Penelitian : PENGARUH *BRAND TRUST*, *DIGITAL MARKETING*, DAN  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI  
LUWES LOJIWETAN SURAKARTA  
Nama Pembimbing : Lukman Ahmad Imron P, SE, MM

Surakarta, 18 November 2024

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

Pembimbing



**Denny Mahendra, SE, MM**  
NIDN : 0606077904



**Lukman Ahmad Imron P, SE, MM.**  
NIDN: 0610118901



### LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi Telah Dipertahakan Dan Disahkan Didepan Panitia Penguji  
Pada Hari : Selasa, 25 Februari 2025

Nama : Iin Saputri  
Nim : 2021515108  
Jurusan / Prodi : S1 Manajemen  
Judul : Pengaruh *Brand Trust*, *Digital Marketing*, dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Luwes Lojiwetan Surakarta  
Nama Pembimbing : Lukman Ahmad Imron P, SE, MM

Ketua Panitia Penguji

  
**Dra. Linda Nur Susila, MM**  
NIDN. 0005026001

- 1 **Lukman Ahmad Imron , SE, MM**  
NIDN. 0610118901 ()
- 2 **Drs. Herivanta Budi Utama, MM**  
NIDN. 060906001 ()

Surakarta, 25 Februari 2025  
Ketua Program Studi

  
**Denny Mahendra, SE, MM**  
NIDN : 0606077904

## MOTTO

“Dan bahwasanya seorang manusia memperoleh selain apa yang telah diusahakannya,  
dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan(kepadanya)”

(QS. An-Najm:39)

"Ilmu adalah cahaya, dan setiap langkah kecil menuju pengetahuan adalah langkah  
menuju masa depan yang lebih baik."

– *Ali bin Abi Thalib*

"Kesuksesan bukanlah akhir, kegagalan bukanlah kehancuran—keberanian untuk  
terus melangkah adalah yang terpenting."

– *Winston Churchill*

"Jangan takut mencoba, karena setiap keberhasilan selalu dimulai dari keberanian  
untuk gagal."

– *Thomas Alva Edison*

"Bukan tentang seberapa cepat kamu sampai, tetapi tentang seberapa gigih kamu  
bertahan."

– *Confucius*

"Kerja keras akan selalu terbayar, mungkin tidak sekarang, tetapi pasti pada  
waktunya."

– *Napoleon Hill*

## **PERSEMBAHAN**

Ku Persembahkan Kepada :

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunianya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya.
2. Kedua orang tua penulis Bapak Sugino dan Ibu Pariyem. Terimakasih telah menjadi orang tua yang sangat luar biasa, dengan penuh cinta dan pengorbanan untuk penulis, sehingga penulis dapat di titik ini.
3. Dosen pembimbing skripsi Bapak Lukman Ahmad Imron, SE, MM. Terimakasih atas bimbingan, kritik, dan saran serta telah banyak meluangkan waktu dan pengertian dalam membantu proses pengerjaan skripsi penulis.
4. Sahabatku dengan NIM 2021515132, terimakasih selalu menjadi rumah kedua, yang selalu ada menemani hingga lulus.
5. Sahabat-sahabatku dengan grup wa TADIKA MESRA yang telah memberi doa dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas doa dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Almamater yang menjadi kebanggaan saya Universitas Dharma AUB.

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Pada hari ini 30-01-2025, berdasarkan Surat keputusan Universitas Dharma-AUB Surakarta perihal menunjukkan Dosen Pembimbing Utama.

Nama : Lukman Ahmad Imron P, SE, MM

Pangkat/Golongan : Dosen

Jabatan : Pembimbing

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang tersebut dibawah ini sedang dalam proses Pembimbing Skripsi :

Nama : Iin Saputri

Nim : 2021515108

Jurusan / Prodi : S1 Manajemen

Judul : Pengaruh *Brand Trust*, *Digital Marketing*, dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Luwes Lojiwetan Surakarta

NO	TAHAPAN	TANGGAL	KETERANGAN
1	Persetujuan Dosen Pembimbing	03-10-2024	Telah Disetujui
2	Proposal	17-12-2024	Telah Disetujui
3	Rencana Angket Penelitian	18-12-2024	Telah Disetujui
4	Kerangka Skripsi	19-12-2024	Telah Disetujui
5	Pengumpulan Data	20-12-2024	Telah Disetujui
6	Analisis Data	30-12-2024	Telah Disetujui
7	Penyusunan Laporan skripsi	10-02-2025	Telah Disetujui

Demikian Berita Acara Bimbingan Skripsi ini dibuat, diketahui, dan dipergunakan seperlunya oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Pembimbing



Lukman Ahmad Imron P, SE, MM.  
NIDN: 0610118901

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Iin Saputri  
NIM : 2021515108  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Trust, Digital Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Luwes Lojiwetan Surakarta

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak Plagiat/Menjiplak Karya Penelitian orang lain dan tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain dan disebutkan dalam sumber kutipan dan pustaka

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surakarta, 10 Februari 2025  
Penulis



Iin Saputri



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma  
AUB Surakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Iin Saputri  
NIM : 2021515108  
Jurusan/Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma AUB Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (None-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Brand Trust, Digital Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Luwes Lojiwetan Surakarta**" Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma AUB Surakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surakarta  
Pada tanggal : 10 Februari 2025



Iin Saputri



## **ABSTRAKSI**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Brand Trust, Digital Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Luwes Lojiwetan Surakarta. Selain itu untuk mengetahui Pengaruh Brand Trust, Digital Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Luwes Lojiwetan Surakarta, maka dari itu digunakan suatu kuesioner yang berisi tentang sikap dan pendapat customer (pelanggan) di Luwes Lojiwetan Surakarta. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh customer (pelanggan) di Luwes Lojiwetan Surakarta yang berjumlah 75 orang. Hasil kuesioner ini selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis koefisien determinasi.

Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel independent seperti Brand Trust ( $X_1$ ), Digital Marketing ( $X_2$ ), Dan Electronic Word Of Mouth ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Luwes Lojiwetan Surakarta. Dari uji t diperoleh kesimpulan bahwa variabel Brand Trust ( $X_1$ ), Digital Marketing ( $X_2$ ), Dan Electronic Word Of Mouth ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Luwes Lojiwetan Surakarta. Dari uji F diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Luwes Lojiwetan Surakarta. Nilai koefisien determinasi ( $\text{adj } R^2$ ) didapat hasil 0,748 yang berarti variabel Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Luwes Lojiwetan Surakarta dapat dijelaskan oleh variabel Keputusan pembelian sebesar 74,8%, sedangkan sisanya 25,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi. Misalnya seperti Brand Trust ( $X_1$ ), Digital Marketing ( $X_2$ ), Dan Electronic Word Of Mouth ( $X_3$ ).

Kata kunci : Brand Trust ( $X_1$ ), Digital Marketing ( $X_2$ ), Dan Electronic Word Of Mouth ( $X_3$ ), Keputusan Pembelian (Y)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat dan Karunia-Nya sehingga pembuatan skripsi dengan judul “ Pengaruh Brand Trust, Digital Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Luwes Lojiwetan Surakarta” ini dapat terselesaikan.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam kurikulum Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Dharma AUB Surakarta.

Selama proses penyelesaian penulisan skripsi ini banyak ditunjang dengan bantuan tenaga, pemikiran baik moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu Penulis pada kesempatan ini dengan kerendahan hati menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Siti Fatonah, SE, MM. selaku Rektor “Universitas Dharma AUB” Surakarta.
2. Denny Mahendra, SE, MM, selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen “Universitas Dharma AUB” Surakarta.
3. Lukman Ahmad Imron P, SE, MM selaku Dosen Pembimbing terima kasih banyak atas segala masukan, kritik dan saran yang di berikan.
4. Kedua orang tua yang selalu memberikan dorongan moral dan materil serta semangat yang tulus dan cinta kasih sayangnya yang diberikan sejak dalam kandungan. Tidak lupa terima kasih kepada adiku tersayang dan keluarga besar.

keluarga besar.

5. Bapak dan Ibu Dosen “Universitas Dharma AUB” Surakarta, yang dengan tulus telah mendidik dan membimbing penulis.
6. Bapak/Ibu selaku Pimpinan, seluruh Karyawan dan Customer Di Luwes Lojiwetan Surakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini dan telah memberikan data penelitian yang penulis butuhkan.
7. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas semua budi baik bapak, ibu dan rekan-rekan semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran demi kesempurnaan, untuk menunjang peningkatan kualitas skripsi.

Surakarta, 10 Januari  
2025

Penulis



Iin Saputri

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PERSETUJUAN BIMBINGAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	8
C. Batasan Masalah .....	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
BAB II   LANDASAN TEORI .....	11
A. Teori yang berkaitan .....	11
1. Keputusan Pembelian .....	11

2. Brand Trust .....	17
3. Digital Marketing .....	19
4. Electronic Word Of Mouth .....	28
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Kerangka Pemikiran.....	44
D. Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Lokasi Penelitian.....	35
B. Definisi Konsep Variabel dan Operasional Konsep Variabel	49
1. Definisi Konsep Variabel.....	49
2. Definisi Operasional Konsep Variabel.....	49
C. Populasi dan Sampel.....	50
D. Sumber Data dan Jenis Data.....	50
E. Metode Pengumpulan Data.....	54
F. Metode Analisis Data.....	55
1. Analisis Instrumen Peneliti.....	56
2. Uji Asumsi Klasik.....	58
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4. Koefisien Determinasi.....	64
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	65
B. Deskripsi Data.....	71

C. Analisa Data dan Pembahasan.....	73
D. Implikasi Manajerial.....	87
BAB V PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	93
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel IV.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel IV.2. Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel IV.3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	54
Tabel IV.4. Uji Validitas Brand Trust .....	55
Tabel IV.5. Uji Validitas Digital Marketing .....	56
Tabel IV.6. Uji Validitas Electronic Word Of Mouth .....	56
Tabel IV.7. Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	55
Tabel IV.8. Hasil Uji Realibitas.....	58
Tabel IV.9. Uji Normalitas.....	58
Tabel IV.10. Uji Heteroskedastisitas.....	59
Tabel IV.11. Uji Multikolinieritas.....	60
Tabel IV.12. Uji Autokorelasi.....	61
Tabel IV.13. Printout Persamaan.....	62
Tabel IV.14. Uji T.....	62
Tabel IV.15. Uji F.....	64
Tabel IV.16. Koefisien Determinasi.....	66