

**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



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

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi Telah Dipertahankan Dan Disahkan Didepan Panitia Pengaji
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 Pengaji

Dra. Linda Nur Susila, MM

NIDN. 0005026001

1 Lukman Ahmad Imron , SE, MM
NIDN. 0610118901 (.....)

2 Drs. Heriyanta 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 diusakannya,
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 penggerjaan skripsi penulis.
4. Sahabatku dengan NIM 2021515132, terimakasih selalu menjadi rumah keduaku, 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-benar 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 perundangan 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 ($adj\ R^2$) didapat hasil 0,748 yang berarti variabel Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Luwes Lojiwetan Surakarta dapat dijelaskan oleh variable 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