

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SOMETHINC
PADA GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

FERA DWI APRILIANI

NIM: 2110412320037



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN


PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SOMETHINC PADA GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN

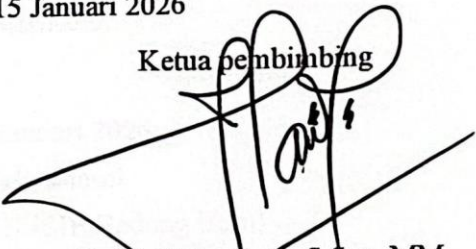
- A. Nama : Fera Dwi Apriliani
NIM : 2110412320037
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- Pembimbing
Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161999031003
 - Penguji I
Dra. Hj. Siti Rusidah, MM
NIP. 96206171989032001
 - Penguji II
Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031003

Banjarmasin, 15 Januari 2026

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis

Ketua pembimbing


Hj. Nurul Wahyuni, S.SOS, M.AB
NIP.197511052001122001


Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161999031003

Mengetahui
Dekan FISIP ULM

Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 0227/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara / i :

1. Dr.H. Hairudinnor, S.Sos, MM
2. Dra.Hj.Siti Rusidah, MM
3. Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Fera Dwi Apriliani
NIM : 2110412320037
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Trust dan Brand Image Terhadap
Keputusan Pembelian Skincare Somethinc Pada Generasi Z
di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 15 Januari 2026
J a m : 14.30 wita s/d selesai
T e m p a t : Lab.Bisnis (FISIP Gedung Baru)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 15 Januari 2026

Dekan,



Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal 15 bulan Januari tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 0227/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 15 Januari 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Fera Dwi Apriliani
NIM : 2110412320037
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Trust dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 14.30 Wita s.d Selesai
Nilai : 79 (A-)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 15 Januari 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Fera Dwi Apriliani

1. Ketua : Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM

2. Sekretaris : Dra. Hj. Siti Rusdiah, MM

3. Anggota : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 49751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun materi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat serta sekaligus Dosen Penguji II penulis.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB, selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis serta selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
5. Bapak Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu dan membimbing selama penyusunan skripsi ini.

6. Ibu Dra. Hj. Siti Rusidah, MM selaku Dosen Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan.
7. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan kepada penulis.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha untuk menyelesaikannya dengan baik, namun penulis juga menyadari jika masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan masukan dari pembaca untuk menyempurnakan kekurangan yang ada di dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Banjarmasin, 15 Januari 2026

Fera Dwi Apriliani
NIM. 2110412320037

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas cinta dan kasih sayang-Nya telah memberikan kesabaran, kekuatan, kelancaran serta kemudahan kepada saya. Dan sholawat serta salam tercurah kepada Nabi Muhammad Sholallahu'alaihiwasallam karena berkat beliau Allah turunkan Rahmat dan Keberkahannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Adapun skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tersayang, Bapak Safari Suprianto dan Ibu Umi Suswa Ning Sri. Terimakasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang di berikan. Meskipun bapak dan mama tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat bapak dan mama lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak perempuan keduanya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga bapak dan mama selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.
2. Masku tercinta, Funky Cahya Ari Saputra. Terima kasih atas segala doa, dukungan, perhatian, dan semangat yang tiada henti engkau berikan. Engkau bukan hanya seorang kakak, tetapi juga teladan dan sahabat yang selalu memberi motivasi dalam setiap langkahku. Kehadiranmu telah menjadi sumber

kekuatan dan inspirasi yang membantu penulis untuk terus berjuang hingga menyelesaikan skripsi ini.

3. Untuk sahabat-sahabatku Adel, Leha dan khususnya para sahabat “SWEATIE” Helda, Melvy, dan Shinta, serta seseorang yang penulis tidak bisa sebutkan, terimakasih banyak atas segala do’a, bantuan dan dukungan yang diberikan. Kehadiran kalian sangat berarti dan memberikan semangat hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Terakhir, kepada peri kecil bapak dan ibu yaitu Fera Dwi Apriliani yang selalu kuat melalui semua rintangan selama di bangku perkuliahan. Terimakasih telah bertahan dan berjuang sampai sejauh ini. Terimakasih telah mampu mengendalikan diri dari beribu tekanan dan tidak menyerah dalam proses pembuatan skripsi ini. Tetap selalu merayakan apapun atas pencapaian diri sendiri dan berbahagialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada.

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

"Start with Bismillah, end with Alhamdulillah."

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi pustaka adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah disitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 15 Januari 2025
Yang membuat pernyataan,

Fera Dwi Apriliani
NIM 2110412320037

ABSTRAK

Fera Dwi Apriliani, 2110412320037, 2026. Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Hairudinor.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan *brand trust* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuisisioner dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand trust* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin. *Brand image* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin. *Brand trust* dan *brand image* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Skincare Somethinc Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.

Kata kunci: *Brand Trust*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Fera Dwi Apriliani, 2110412320037, 2026. The Influence of Brand Trust and Brand Image on Somethinc Skincare Purchasing Decisions on Generation Z in Banjarmasin City, under the guidance of: Hairudinor.

This study aims to examine the partial and simultaneous influence of brand trust and brand image on purchasing decisions for Somethinc Skincare among Generation Z in Banjarmasin City. This study used a quantitative approach. The sample in this study was 100 respondents obtained through a purposive sampling technique. Data collection was conducted using a questionnaire and data analysis using multiple linear regression analysis.

The results of the study indicate that brand trust has a partial significant effect on the purchasing decision of Somethinc skincare products among Generation Z in Banjarmasin City. Brand image has a partial significant effect on the purchasing decision of Somethinc skincare products among Generation Z in Banjarmasin City. Brand trust and brand image have a simultaneous significant effect on the purchasing decision of Somethinc skincare products among Generation Z in Banjarmasin City.

Keywords: Brand Trust, Brand Image, Purchasing Decision

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Landasan Teoritis	17
2.1.1. Pemasaran	17
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	18
2.1.3. <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek)	20
2.1.4. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	24
2.1.5. Perilaku Konsumen.....	27
2.1.6. Keputusan Pembelian.....	28
2.2. Penelitian Terdahulu.....	31
2.3. Hipotesis dan Model Penelitian.....	38
2.3.1. Hipotesis Penelitian	38
2.3.2. Model Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1. Pendekatan Penelitian	42
3.2. Desain Penelitian.....	42
3.3. Lokasi Penelitian	42
3.4. Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	42
3.4.1. Populasi	42
3.4.2. Sampel	43
3.4.3. Teknik Sampling	44

3.5.	Definisi Operasional Variabel	45
3.5.1.	Variabel <i>Independent</i>	45
3.5.2.	Variabel <i>Dependent</i>	47
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	51
3.6.1.	Data Primer	51
3.6.2.	Data Sekunder	52
3.7.	Teknik Analisis Data	52
3.7.1.	Skala Pengukuran.....	52
3.7.2.	Deskriptif Statistik	53
3.7.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.7.4.	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.7.5.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
3.7.6.	Alat Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL PENELITIAN		59
4.1.	Profil Responden	59
4.1.1.	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.1.2.	Berdasarkan Usia	60
4.1.3.	Berdasarkan Domisili.....	60
4.1.4.	Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.1.5.	Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku.....	62
4.1.6.	Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk Skincare Somethinc	63
4.2.	Hasil Deskriptif Statistik	63
4.2.1.	Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> (X1)	64
4.2.2.	Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	68
4.2.3.	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	72
4.3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	76
4.3.1.	Uji Validitas	76
4.3.2.	Uji Reliabilitas	78
4.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	79
4.4.1.	Hasil Uji Normalitas	79
4.4.2.	Hasil Uji Multikolinearitas	82
4.4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
4.5.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	83
4.6.	Hasil Uji Hipotesis	85
4.6.1.	Hasil Uji Parsial (Uji t)	85
4.6.2.	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86
4.6.3.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87
BAB V PEMBAHASAN HASIL		89
5.1.	Pembahasan	89

5.1.1.	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian	89
5.1.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	90
5.1.3.	Pengaruh <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	91
5.2.	Implikasi Hasil Penelitian	92
5.2.1.	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian	92
5.2.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	93
5.2.3.	Pengaruh <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	93
5.3.	Keterbatasan Peneliti.....	95
BAB VI PENUTUP		97
6.1.	Kesimpulan.....	97
6.2.	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA		100

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 2. 1	Hasil Telaah Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 1	Operasional Variabel Penelitian.....	49
Tabel 3. 2	Skala Likert	53
Tabel 3. 3	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	53
Tabel 3. 4	Pedoman Koefisien Determinasi	58
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	60
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
Tabel 4. 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk Skincare Somethinc	63
Tabel 4. 7	Jawaban Responden Butir X1 Variabel <i>Brand Trust</i> (X1)	64
Tabel 4. 8	Jawaban Responden Butir X2 Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	68
Tabel 4. 9	Jawaban Responden Butir Y Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	72
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4. 11	Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 4. 12	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	81
Tabel 4. 13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
Tabel 4. 14	Uji Regresi Linier Berganda.....	84
Tabel 4. 15	Hasil Statistik Secara Parsial (Uji-t).....	85
Tabel 4. 16	Hasil Uji Simultan (Uji f).....	86
Tabel 4. 17	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	87

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1. 1	Survei Frekuensi Belanja Produk Skincare di Indonesia	3
Gambar 1. 2	Top Brand Beauty & Care 2022 - 2024.....	5
Gambar 1. 3	Pra Survei Keputusan Pembelian Somethinc di Kota Banjarmasin...	6
Gambar 1. 4	Ulasan konsumen skincare Somethinc	10
Gambar 2. 1	Model Penelitian	41
Gambar 4. 1	Hasil Uji Normalitas Histogram.....	80
Gambar 4. 2	Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	80
Gambar 4. 3	Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	83
Gambar 5. 1	Model Penelitian Akhir	95

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
LAMPIRAN I	Kuisisioner Penelitian.....	103
LAMPIRAN II	Tabulasi Data	109
LAMPIRAN III	Hasil Output SPSS Versi 26.0	120
LAMPIRAN IV	Sertifikat.....	138