

**PENGARUH DUTA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**YOLANDA MAHRITA LEIMENA**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI**

**BANJARMASIN**

**2023 M/1444 H**

**PENGARUH DUTA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana  
dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh:**

**Yolanda Mahrita Leimena  
190105010235**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
BANJARMASIN  
2023 M/1444 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yolanda Mahrta Leimena  
NIM : 190105010235  
Tempat/Tgl. Lahir : Amuntai, 01 September 2001  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari  
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 09 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Yolanda Mahrta Leimena

## PERSETUJUAN

### PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Duta Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening  
Ditulis oleh : Yolanda Mahrita Leimena  
N I M : 190105010235  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program : Strata Satu (S-1)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2022/2023  
Tempat dan tanggal lahir : Amuntai, 01 September 2001  
Alamat : Jl. Kuranji, Rumah Asrama Kodim 1022 belakang Kompi RT. 001 RW. 000 Kel. Sarigadung Kec. Simpang Empat Kab. Tanah Bumbu


Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin,



Faridah, S.E., M.M  
NIP. 197804272009012010

Banjarmasin, 09 Juni 2023  
Pembimbing,



Rohana Faridah, S.E., M.M  
NIP. 197804272009012010

## PENGESAHAN

### PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Duta Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening” ditulis oleh Yolanda Mahrita Leimena, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 05 Juli 2023

Dinyatakan LULUS dengan Predikat: A (3,75)



#### Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. H. Sukarni, M.Ag. (Ketua)	1.
2. Rohana Faridah, S.E., M.M. (Anggota)	2.
3. Fahrudin, S.AB., M.E. (Anggota)	3.
4. Elida Mahriani, S.E.I., M.M. (Anggota)	4.

## ABSTRAK

**Yolanda Mahrita Leimena.** 2023. *Pengaruh Duta Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Rohana Faridah, S.E., M.M.

### **Kata Kunci: Duta Merek, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian**

Proses pengambilan keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu strategi perusahaan untuk menarik perhatian konsumen adalah dengan menggunakan iklan hasil produknya di berbagai media. Promosi penggunaan selebriti sebagai duta merek menjadi salah satu pendukung yang berpengaruh pada penjualan. Kepercayaan juga memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian. Setiap pengambilan keputusan untuk membeli haruslah seimbang dengan unsur tidak berlebih-lebihan yang terdapat dalam QS. Al-Furqan/ 25:67.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel duta merek dan kepercayaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Batulicin. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* menggunakan Teknik analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Duta merek dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening. Hal tersebut dibuktikan dengan variabel duta merek mempunyai nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$  (signifikan) dan untuk nilai  $t_{hitung}$  senilai  $7,387 > T_{tabel}$  senilai 1,984. Sedangkan variabel kepercayaan mempunyai nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$  (signifikan) an untuk nilai  $T_{hitung}$  senilai  $9,824 > T_{Tabel}$  senilai 1,984. 2) Duta merek dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening, dengan nilai  $F_{hitung} = 55,781$  dan  $F_{Tabel} = 3,09$  dan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ .

## **MOTTO**

“Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing beredar pada garis edarnya”

(QS. Yasin: 40)

“Apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi, maka senangilah apa yang terjadi”

(Ali bin Abi Thalib)

## PERSEMBAHAN

Teiring ucapan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya yang telah menuntun hamba-Nya dalam menyelesaikan karya ini. Sholawat beriringan salam selalu penulis sampaikan kepada tokoh panutan alam Nabi Muhammad SAW. Terwujudnya karya ini sebagai jawaban atas penelitian, motivasi, doa serta usaha yang telah diberikan kepada penulis. Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Terkhusus kedua orang tuaku Papa Yohan Leimena dan Mama Masrifah Rahmawaty terimakasih banyak telah membesarkan dan memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis serta selalu mendoakan mulai dari menjalankan perkuliahan sehingga terselesainya skripsi ini, dengan kasih sayang yang tulus dan ikhlas serta memberikan bantuan material, spiritual, dan moral yang tak dapat penulis balas, selain berdoa kepada Allah SWT agar papa dan mama diberikan kesehatan dan umur panjang selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Kepada Muhammad Royyan Leimena adik kandung saya, serta seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan semangat dan mendorong saya tetap terus berjalan mengejar cita-cita.
3. Kepada sahabat-sahabatku Nazwa Tasya, Febriana Salsabela, Karina, Rabiatul Adawiah, Sa'idah serta *my partner* Muhammad Anshari Salam yang sudah berada disisi saya selama ini untuk membantu dan menyemangati dalam perjalanan kuliah ini. Terima kasih telah menyediakan pundak untuk menangis dan tetap mendukung saya dalam mengatasi semua hal sudah terjadi hingga saat ini.
4. Teman-teman seperjuangan, senasib dan sepenanggungan Ekonomi Syariah Angkatan 2019 terutama Lokal E dan pihak-pihak lain yang telah membantu dan mendukung sehingga terselesaikan penelitian ini. Terima kasih kepada kalian semua, semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

### I Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostro f
ي	ya'	Y	Ye

## II Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

متكبر	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>al-qudūs</i>

## III Ta'marbutah di akhir kata

### a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>Maktabah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua terpisah,  
maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجمعية	Ditulis	<i>al-maktabah al-jāmi’ah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

#### IV Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U
شكر	Fathah	Ditulis	syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	quri’a
ينطق	Dammah	Ditulis	yantiqu

#### V Vokal Panjang

1	Fathah+alif كاملة	ditulis ditulis	<i>Ā</i> <i>Kāmilah</i>
2	Fathah+ ya mati صلى	ditulis ditulis	<i>Ā</i> <i>ṣallā</i>
3	Kasrah+ ya mati شديد	ditulis ditulis	<i>i&gt;</i> <i>syadid</i>
4	Dammah+ wawu mati صدر	Ditulis Ditulis	<i>Ū</i> <i>Sudūr</i>

#### VI Vokal Rangkap

1	Fathah+ya mati رويد	Ditulis Ditulis	Ai <i>Ruwaitun</i>
2	Fathah+ wawu mati	Ditulis Ditulis	Au <i>wa fir’auna zi al-autād</i>

	وفرعون ذي الأوتاد		
--	-------------------	--	--

**VII Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof**

أأنتم أشد خلقا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
----------------	---------	--------------------------------

**VIII Kata sandang Alif + Lam**

**a. Bila diikuti huruf Qamariyyah**

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitāb</i>

**b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan di idgamkan**

الصبح	Ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sāhirah</i>

**IX Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بروالدين	Ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>iẓa asy-syamsu</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Duta Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Rohana Faridah, S.E., M.M., dan M. Qamaruddin, M.E., selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

3. Rohana Faridah, S.E., M.M., selaku Pembimbing Skripsi dan Penasehat yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi dengan rasa sabar dan ikhlas.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Banjarmasin, 17 April 2023

Yolanda Mahrita Leimena

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Signifikansi Penelitian .....	7
E. Definisi Operasional.....	8
F. Kerangka Penelitian .....	11
G. Penelitian Terdahulu .....	12
H. Hipotesis Penelitian.....	19
I. Sistematika Pembahasan .....	20
<b>BAB II .....</b>	<b>22</b>
<b>DUTA MEREK, KEPERCAYAAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN.....</b>	<b>22</b>
A. Duta Merek.....	22
B. Kepercayaan.....	25
C. Keputusan Pembelian.....	30
<b>BAB III.....</b>	<b>38</b>

<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Teknik Pengumpulan Data.....	39
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
E. Instrumen Penelitian.....	42
F. Uji Instrumen Penelitian .....	45
G. Teknik Analisis Data.....	46
H. Tahapan Penelitian .....	49
<b>BAB IV .....</b>	<b>52</b>
<b>LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>52</b>
A. Penyajian Data .....	52
B. Analisis Data .....	71
<b>BAB V.....</b>	<b>74</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
A. Simpulan .....	74
B. Saran - Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel I Instrumen Penelitian .....	43
Tabel II Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin .....	52
Tabel III Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	52
Tabel IV Karakteristik responden berdasarkan yang Bekerja.....	53
Tabel V Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel VI Hasil Uji Reliabilitas Duta Merek ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ), dan Keputusan Pembelian (Y) .....	55
Tabel VII Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	56
Tabel VIII Hasil Uji Multikolineritas Menggunakan Metode <i>Tolerance</i> dan <i>VIF</i> . .....	57
Tabel IX Hasil Uji Autokorelasi dengan menggunakan metode Durbin – Watson (DW) .....	58
Tabel X Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan metode <i>Glejser</i> .....	59
Tabel XI Jawaban Responden tentang Duta Merek.....	60
Tabel XII Jawaban Responden tentang Kepercayaan .....	61
Tabel XIII Jawaban Responden Keputusan Pembelian .....	63
Tabel XIV Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	65
Tabel XV Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	66
Tabel XVI Hasil Analisis uji t.....	66
Tabel XVII Hasil Analisis uji F .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I Daftar <i>Brand Skincare</i> Lokal Terlaris di <i>E-Commerce</i> 2021 .....	5
Gambar II Diagram Hubungan antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen.....	12
Gambar III Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan metode <i>Scatterplot</i> .....	5

