

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *REVIEW* PRODUK PADA AKUN
TIKTOK @DOKTERDETEKTIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AZARINE RETINOL DI TIKTOK SHOP**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh
Lutfatul Latifah
NPM: 41183402210005



Strata 1
Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2025**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *REVIEW* PRODUK PADA AKUN TIKTOK @DOKTERDETEKTIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AZARINE RETINOL DI TIKTOK SHOP

Tanggal: 8 Oktober 2025

Oleh

Lutfatul Latifah

NPM: 41183402210005

Disetujui,

Pembimbing



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

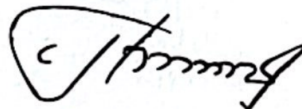
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *REVIEW* PRODUK PADA AKUN
TIKTOK @DOKTERDETEKTIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AZARINE RETINOL DI TIKTOK SHOP**

Tanggal: 16 Oktober 2025

Oleh

Lutfatul Latifah

NPM: 41183402210005

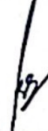
Diuji oleh,

Penguji I



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Penguji II



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

Mengetahui,

Pembimbing



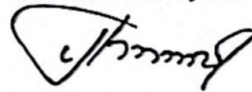
Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lutfatul Latifah
NPM : 41183402210005
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Email : llatifah058@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian saya yang berjudul “ Pengaruh *Brand Trust* dan *Review* Produk pada akun TikTok @dokterdetektif terhadap keputusan Pembelian Azarine Retinol di TikTok Shop” bebas dari plagiarisme. Rujukan penulisan sudah sesuai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku umum.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat sebagai pertanggung jawaban tanpa adanya pemaksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 10 Oktober 2025



Lutfatul Latifah

ABSTRAK

Lutfatul Latifah (41183402210005)

Pengaruh *Brand Trust* dan *Review* Produk Pada Akun TikTok @dokterdetektif Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Retinol di TikTok Shop
xiv+118 Halaman + 24 Tabel + 1 Gambar + 17 lampiran

Kata Kunci : *Brand Trust*, *Review* Produk, Keputusan Pembelian

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Trust* dan *Review* produk pada akun TikTok @dokterdetektif terhadap keputusan pembelian Azarine Retinol di TikTok Shop. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Brand Trust* (X1) dan *Review* produk (X2), dan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada 100 responden yang merupakan pengguna TikTok, Menonton *Review* Azarine Retinol oleh @dokterdetektif, dan pernah membeli Azarine Retinol melalui TikTok Shop. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) menggunakan program SPSS versi 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variabel *Brand Trust* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung 5,788 > t tabel 1,160 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; (2) variabel *Review* Produk (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung 4,375 > t tabel 1,660 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; (3) secara simultan *Brand Trust* dan *Review* Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F hitung 135,176 > F tabel 4,83 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi menunjukkan nilai $R^2 = 0,736$, yang berarti bahwa 73,6% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh *Brand Trust* dan *Review* Produk, sedangkan sisanya 26,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Bismillahir rohmaanir rohim

Assalamualaikum wr.wb

Segala puji serta rasa syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Brand Trust dan Review Produk pada Akun TikTok @dokterdetektif terhadap Keputusan Pembelian Azarine Retinol di TikTok Shop”*.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi.

Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepada Ibu Dr. Husnul Khatimah, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing & Dekan, penulis menyampaikan terima kasih atas kesabaran, ketulusan, serta bimbingan yang telah diberikan dalam bentuk arahan dan ilmu berharga selama penyusunan skripsi ini.
2. Terima kasih kepada Ibu Luthpiyah Juliandara, SE., M.M., atas perhatian dan dukungan yang diberikan selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas 45 Bekasi.
3. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh Bapak/Ibu dosen serta staf Fakultas Ekonomi Universitas 45 Bekasi yang telah berperan dalam memberikan ilmu dan bimbingan selama masa studi penulis.
4. Teristimewa, terima kasih penulis haturkan kepada Ayah dan Ibu tercinta atas doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang tiada pernah berhenti mengalir, yang menjadi cahaya dan kekuatan dalam setiap langkah penulis.

5. Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada Mbak Susy dan Mas Edi atas segala bentuk dukungan, baik moril maupun materil, yang berperan besar dalam keberhasilan penulis menyelesaikan studi hingga memperoleh gelar Sarjana Manajemen.
6. Yaya, teman seperjuangan dengan vibes hebohnya, Terima kasih selalu membawa semangat dan keceriaan di tengah panik, tawa, dan tangisan selama menyelesaikan tugas akhir ini. Akhirnya, kita bisa melewati semuanya dan mencapai garis akhir Bersama!
7. Terima kasih untuk Daffa Satria yang selalu ada, menemani, dan menguatkan penulis di masa-masa penuh perjuangan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dukungan, kesabaran, dan pengertiannya menjadi sumber kekuatan untuk terus berjuang hingga akhir.
8. Terima kasih kepada teman-teman yang ikut menjadi bagian dari proses hingga akhir penyusunan skripsi ini

Semoga segala doa, semangat, dan bantuan yang telah mengiringi perjalanan ini menjadi kebaikan yang kembali kepada semua pihak yang terlibat.

Wassalamualaikum wr.wb

Bekasi, 10 Oktober 2025

Penulis

Lutfatul Latifah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	15
1.4 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah	15
1.5 Sistematika Pelaporan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Keputusan Pembelian	17
2.1.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	18
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4 Definisi <i>Brand Trust</i> (kepercayaan merk)	19
2.1.5 Faktor Faktor <i>Brand Trust</i>	20
2.1.6 Indikator <i>Brand Trust</i>	20
2.1.7 Devinisi <i>Review</i>	21

2.1.8 Faktor-Faktor <i>Review</i> Produk	22
2.1.9 Indikator <i>Review</i> Produk.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.2.1 Kerangka Pemikiran	32
2.3 Hipotesis Penelitian.....	34
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan pembelian	34
2.3.2 Pengaruh <i>Review</i> produk terhadap Keputusan pembelian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.3 Populasi	37
3.4 Sampel.....	37
3.5 Jenis dan Sumber Data	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.7 Definisi konseptual.....	39
3.8 Definisi Operasional.....	40
3.9 Teknik Pengolahan Data	41
3.9.1 Uji validitas.....	41
3.9.2 Uji Reliabilitas	42
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.10 Analisis Linear Berganda	43
3.10.1 Uji Hipotesis.....	44
3.10.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Sejarah Azarine.....	45
4.1.2 Visi & Misi Azarine.....	45
4.2 Profil Data Responden	46
4.3 Deskripsi Variabel.....	47
4.3.1 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	47

4.3.2 Deskripsi Data Variabel <i>Brand Trust</i>	50
4.3.3 Deskripsi Data Variabel <i>Review Produk</i>	51
4.4 Uji Kualitas Data.....	53
4.4.1 Deskripsi Hasil Uji Validitas	53
4.4.2 Deskripsi Hasil Uji Reliabilitas	54
4.5 Uji Asumsi Klasik	55
4.5.1 Uji Normalitas.....	55
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	56
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.6 Analisis Linear Berganda	59
4.7 Uji Hipotesis.....	60
4.7.1 Uji t (Parsial).....	60
4.7.2 Uji F (Simultan).....	61
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
4.8 Pembahasan.....	62
4.8.1 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian Azarine Retinol di TikTok Shop	63
4.8.2 Pengaruh <i>Review Produk</i> Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Retinol di TikTok Shop	65
4.8.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> dan <i>Review produk</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.9 Kelemahan Penelitian.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar <i>Skincare</i> yang Telah Di <i>Review</i> oleh Dokter Detektif.....	3
Tabel 1.2 Penjualan Azarine Retinol (Saluran & Konten Transaksi)	6
Tabel 1.3 Hasil Kuesioner Pra Survei Keputusan Pembelian Azarine Retinol.....	8
Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Pra Survei <i>Brand Trust</i>	11
Tabel 1.5 Hasil Kuesioner Pra Survei <i>Review</i> Produk.....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Skala Likert.....	36
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	40
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.4 Skor Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.5 Skor <i>Brand Trust</i>	50
Tabel 4.6 Skor <i>Review</i> Produk	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.10 Hasil P-Plot Uji Normalitas	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4. 13 Hasil Heteroskedastisitas metode glejser	58
Tabel 4.14 Hasil Analisis Linear Berganda	59
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial)	60
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan).....	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Uji Lab Azarine Retinol.....	5
Gambar 1. 2 Penurunan pada <i>Brand Trust</i>	10
Gambar 1. 3 Dampak <i>Review</i> Dokterdetektif	12

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. 1 Negara Pengunduh Aplikasi TikTok.....	1
Diagram 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner penelitian	75
Lampiran 2 Data Hasil Penelitian Variabel <i>Brand Trust</i> (X1)	82
Lampiran 3 Data Hasil Penelitian Variabel <i>Review</i> Produk (X2).....	86
Lampiran 4 Data Hasil Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	90
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Brand Trust</i> (X1)	94
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Review</i> Produk (X2).....	95
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (X2).....	96
Lampiran 8 Hasil Kuesioner Penelitian	97
Lampiran 9 Bukti Penyebaran Kuesioner	99
Lampiran 10 Distribusi Nilai r Tabel.....	101
Lampiran 11 Distribusi Nilai t Tabel	102
Lampiran 12 Distribusi Nilai F Tabel	103
Lampiran 13 Surat Keputusan Pembimbing	104
Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal.....	105
Lampiran 15 Kartu Bimbingan Skripsi	107
Lampiran 16 Hasil Turnitin.....	107
Lampiran 17 Daftar Riwayat Hidup.....	109

Lampiran 16 Hasil Turnitin

Lutfatul Latifah BAB 1-5 .docx			
ORIGINALITY REPORT			
29%	25%	23%	18%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		2%
2	eprints.walisongo.ac.id Internet Source		2%
3	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper		1%
4	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source		1%
5	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper		1%
6	repositori.uma.ac.id Internet Source		1%
7	repositori.usu.ac.id Internet Source		1%
8	Submitted to LPPM Student Paper		<1%
9	edoc.site Internet Source		<1%
10	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper		<1%
11	digilib.unimed.ac.id Internet Source		<1%
12	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source		<1%
13	Submitted to Universitas Pertamina Student Paper		<1%