

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT, PRICE, DAN PHYSICAL EVIDENCE*  
TERHADAP *BRAND TRUST* WARDAH *SKINCARE*  
(Study Kasus Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri Palembang)**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen (S.M)  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Indo Global Mandiri



**Disusun oleh :**

Nama : Rina Dwi Yanti  
NPM : 2021510146

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI  
FAKULTAS EKONOMI  
TAHUN 2025**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Product, Price, dan Physical Evidence*  
Terhadap *Brand Trust* Wardah *Skincare* (Studi Kasus  
Mahasiswa Universitas Indo Gobar Mandiri Palembang)

Nama : Rina Dwi Yanti  
NPM : 2021510146  
Program Studi : Manajemen  
Pembimbing I : Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP  
Pembimbing II : Try Wulandari., SE., M.Fin., CFP  
Tanggal Ujian Skripsi : 11 Februari 2025

Palembang, 19 Februari 2025

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP  
NIDN. 0204128602

Pembimbing II,



Try Wulandari., SE., M.Fin., CFP  
NIDN. 0223109401

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si  
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D  
NIDN. 0208048701


## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

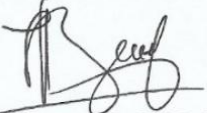
Skripsi ini di ajukan oleh :

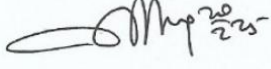
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Product, Price, dan Physical Evidence*  
Terhadap *Brand Trust* Wardah *Skincare* (Studi Kasus  
Mahasiswa Universitas Indo Gobal Mandiri Palembang)  
Nama : Rina Dwi Yanti  
NPM : 2021510146  
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

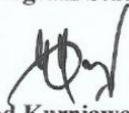
### Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,

Ketua Penguji :   
Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP  
NIDN. 0204128602

Penguji I :   
Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D  
NIDN. 0208048701

Penguji II :   
Yeni, SE., M.Si  
NIDN. 0204017801

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen  
  
Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si  
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi  
  
Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D  
NIDN. 0208048701

## LEMBAR REVISI

Nama : Rina Dwi Yanti  
NPM : 2021510146  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Product, Price, dan Physical Evidence*  
Terhadap *Brand Trust* Wardah *Skincare* (Studi Kasus  
Mahasiswa Universitas Indo Gobal Mandiri Palembang)

Ketua Penguji :



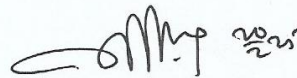
Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP  
NIDN. 0204128602

Penguji I :



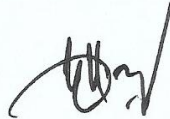
Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D  
NIDN. 0208048701

Penguji II :



Yeni, SE., M.Si  
NIDN. 0204017801

Palembang, 19 Februari 2025  
Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si  
NIDN. 0202067802

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rina Dwi Yanti  
NPM : 2021510146  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 25 Februari 2025



Rina Dwi Yanti  
NPM. 2021510146

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh *Product, Price, Dan Physical Evidence Terhadap Brand Trust Wardah Cosmetic Pada Mahasiswa Universitas Indo Gobal Mandiri Palembang*”. Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. H. Marzuki Alie, S.E., M.M., Ph.D selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang
2. Budi Setiawan, S.E., M.M., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP selaku dosen pembimbing kesatu. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Try Wulandari, SE., M.Fin., CFP selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Seluruh staf administrasi, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
8. Orang tua, Ayah dan Ibunda ku tercinta, terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa di setiap keringat yang tak terhingga hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
9. Siti Aminah, Rio Putra Hariyadi dan Teman-teman Manajemen Angkatan 2021 sampai Angkatan 2024 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, November 2024

Rina Dwi Yanti

NPM. 2021510146

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Product*, *Price*, dan *Physical Evidence* terhadap *Brand Trust* Wardah *Cosmetic* yang berfokus kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi pada Universitas Indo Gobar Mandiri Palembang. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, dengan populasi terdiri dari mahasiswa ekonomi dengan angkatan tahun 2021 sampai tahun 2024 sebanyak 746 responden. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 260 responden, dengan menggunakan rumus slovin dan Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* menggunakan teknik *non probability sampling*. Pengujian data pada penelitian ini meliputi uji validitas, reabilitas, serta menggunakan juga uji asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 27. Adapun analisis data yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 27. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *Price* berpengaruh paling besar terhadap *Brand Trust*, sedangkan variabel *Physical Evidence* berpengaruh sedang terhadap *Brand Trust* dan variabel *Product* berpengaruh kecil terhadap *Brand Trust*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Product*, *Price*, dan *Physical Evidence* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Trust* Wardah *Skincare* dikalangan Mahasiswa.

**Kata Kunci:** *Brand Trust*, *Physical Evidence*, *Price*, *Product*

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of Product, Price, and Physical Evidence on Wardah Cosmetic's Brand Trust which focuses on students of the Faculty of Economics at Indo Gobar Mandiri University Palembang. The research method used in this study is quantitative, with a population consisting of economics students with a class of 2021 to 2024 as many as 746 respondents. The sample used in this study was 260 respondents, using the slovin formula and sampling was carried out by purposive sampling method using non-probability sampling techniques. The data testing in this study includes validity, reliability tests, and also using classical assumption tests such as normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests using the SPSS Version 27 application. The data analysis used is a multiple linear regression method using the SPSS Version 27 application. The results of this study stated that the Price variable had the greatest effect on Brand Trust, while the Physical Evidence variable had a moderate effect on Brand Trust and the Product variable had little effect on Brand Trust. So it can be concluded that the variables Product, Price, and Physical Evidence each have a positive and significant effect on Wardah Skincare Brand Trust among students.*

**Keywords:** *Brand Trust, Physical Evidence, Price, Product*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR REVISI .....	iv
PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Masalah Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>13</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1. Teori Pengetahuan-Persuasi (<i>Knowledge Persuasion Theory</i>) .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2. Produk (<i>Product</i>) .....</b>	<b>16</b>
2.2.1. Pengertian Produk ( <i>Product</i> ).....	16
2.2.2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Produk ( <i>Product</i> ).....	17
2.2.3. Indikator Produk ( <i>Product</i> ) .....	19
<b>2.3. Harga (<i>Price</i>) .....</b>	<b>20</b>
2.3.1. Pengertian Harga ( <i>Price</i> ) .....	20
2.3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga ( <i>Price</i> ) .....	20
2.3.3. Indikator Harga ( <i>Price</i> ).....	21
<b>2.4. Bukti Fisik (<i>physical evidence</i>) .....</b>	<b>22</b>
2.4.1. Penegrtian Bukti Fisik ( <i>physical evidence</i> ).....	22
2.4.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bukti Fisik ( <i>physical evidence</i> ).....	22

2.4.3. Indikator Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ).....	24
<b>2.5. Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>).....</b>	<b>25</b>
2.5.1. Pengertian Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ) .....	25
2.5.2. Faktor-Faktor Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ) .....	26
2.5.3. Indikator Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ).....	26
<b>2.6. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>27</b>
<b>2.7. Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>32</b>
<b>2.8. Hipotesis.....</b>	<b>33</b>
<b>2.9. Hubungan Antar Variabel.....</b>	<b>34</b>
2.9.1. Hubungan <i>Product</i> terhadap <i>Brand Trust</i> .....	34
2.9.2. Hubungan <i>Price</i> terhadap <i>Brand Trust</i> .....	34
2.9.3. Hubungan <i>Physical Evidence</i> terhadap <i>Brand Trust</i> .....	35
2.9.4. Hubungan ( <i>Product, Price, dan Physical Evidence</i> ) terhadap <i>Brand Trust</i> .....	35
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	 <b>36</b>
<b>3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....</b>	<b>36</b>
<b>3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>36</b>
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data.....</b>	<b>36</b>
3.3.1. Jenis Data.....	36
3.3.2. Sumber Data.....	37
<b>3.4 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>38</b>
3.4.1. Populasi.....	38
3.4.2. Sampel .....	38
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>40</b>
<b>3.6 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>42</b>
3.6.1. Uji Kualitas Data.....	42
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.3. Analisis Regresi Berganda.....	45
3.6.4. Uji Hipotesis .....	46
<b>3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....</b>	<b>47</b>
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	 <b>50</b>
<b>4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....</b>	<b>50</b>

4.1.1. Sejarah Singkat Wardah Kosmetik.....	50
4.1.2. Filosofi wardah .....	51
4.1.3. Visi dan Misi Wardah.....	53
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan .....	54
<b>4.2. Karakteristik Responden.....</b>	<b>55</b>
<b>4.3. Analisis Hasil Penelitian .....</b>	<b>58</b>
4.3.1. Hasil Uji Kualitas Data .....	58
4.3.2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
4.3.4. Hasil Uji Hipotesis.....	67
<b>4.4. Pembahasan.....</b>	<b>70</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
5.1. Kesimpulan .....	74
5.2. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Data pertumbuhan perusahaan kosmetik.....	2
<b>Gambar 1.2</b> Data Merek Skincare .....	9
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka Pemikiran .....	32
<b>Gambar 4.1</b> Struktur Organisasi .....	54
<b>Gambar 4.2.</b> Hasil Uji Normalitas .....	61
<b>Gambar 4.3</b> Grafik Normal P-P Plot Residual.....	63
<b>Gambar 4.4</b> Hasil Histogram Uji Normalitas.....	64
<b>Gambar 4.5</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66