

**PENGARUH KEAMANAN PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
EYESHADOW PALETTE PINKFLASH PASCA ISU
KANDUNGAN PRODUK BERBAHAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

NAMIRA JASMINE NUR IZZA
22012010337/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2026

**PENGARUH KEAMANAN PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

EYESHADOW PALETTE PINKFLASH PASCA ISU

KANDUNGAN PRODUK BERBAHAYA

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**NAMIRA JASMINE NUR IZZA
22012010337/FEB/EM**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH KEAMANAN PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
EYESHADOW PALETTE PINKFLASH PASCA ISU
KANDUNGAN PRODUK BERBAHAYA**

Disusun Oleh:

NAMIRA JASMINE NUR IZZA

22012010337/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 6 Juli 2026

Pembimbing Utama


Reiga Ritomea Arlescy, S.E., M.M
NIP. 199211232018031001

Tim Penguji
Ketua




Dra. Ec. Siti Aminah, M.M.
NIP. 196801081989031001

Anggota


Fani Khoirunnisa, S.E., M.SM.
NIP. 199504302022032014

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. To Karika Pertiwi, M.Si, CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Namira Jasmine Nur Izza
NPM : 22012010337
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 2 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Namira Jasmine Nur Izza
NPM. 22012010337

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Keamanan Produk, Kepercayaan Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Eyeshadow Palette Pinkflash* Pasca Isu Kandungan Produk Berbahaya”** ini dengan baik tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.

Selama Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari banyak pihak atas motivasi dan membantu penulis dalam proses penyelesaian Skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP,. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Wilma Cordelia Izaak, S.E., M.M. selaku Dosen Wali penulis, yang telah menemani dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.

5. Bapak Reiga Ritomiea Ariescy, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing penulis yang selalu ada dalam membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama melakukan penelitian.
6. Yang paling teristimewa dan akan menjadi yang paling istimewa, Papa Yudha Irawan, S.E dan Mama Diana Purwitasari, S.E selaku kedua orang tua penulis. Terima kasih untuk selalu memberikan kasih sayang yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan motivasi, memberi dukungan baik secara moral maupun materil dan memprioritaskan pendidikan yang penulis butuhkan dan juga selalu bisa membahagiakan anak-anaknya. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat papa dan mama lebih bangga karena berkat do'a dan dukungan mama dan papa penulis bisa menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga papa dan mama selalu sehat, bahagia, berkelimpahan serta hiduplah lebih lama lagi, untuk ada di setiap perjalanan dan pencapaian kehidupan yang akan penulis raih di masa mendatang.
7. Yang tersayang, Kakak Nabila Fitra Rahmadina, S.H serta Adik Nadine Putri Yudhistira selaku saudara kandung saya yang selalu memberikan dukungan, semangat, cinta dan kasih sayang yang selalu membantu saya dalam hal apapun. Tak lupa tumbuhlah lebih baik cari panggilanmu kak, dik.
8. Tak lupa saya ucapkan terima kasih kepada Dhani Hilman, S.E sekaligus *partner* saya yang telah menemani penulis. Terima kasih telah

mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan, kebaikan, perhatian dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.

9. Sahabat penulis dalam masa sekolah menengah pertama *circle* “*Enfagrow E+*” Zita, Rani, Rarak, Vivia, Titania dan Bilqis terimakasih telah setia mempertahankan pertemanan hingga saat ini dan sukses selalu yaa.
10. Sahabat penulis dalam masa sekolah menengah akhir *circle* “Alhamdulillah Hijrah IPA 4” Aldi, Rainly, Tiara, Xenia, Dea, Billy, Davin dan Hasan meskipun hanya dipertemukan sebentar, tetapi terimakasih telah membuat penulis memiliki kisah di SMA meskipun bukan kisah kasih di sekolah.
11. Untuk seseorang berinisial V dan A terimakasih telah menjadi bagian dari cerita hidup penulis. Penulis adalah orang pertama yang bangga atas pencapaian mu dikehidupan. Satu kalimat yang ingin penulis sampaikan *"No matter what we've become, I'll always be here bro"*
12. Para rekan seperjuangan di angkatan 2022 khususnya *circle* menter “Fakultas Ekonomi Bintang” Alyyah, Menik, Nathalie, Nadya, Drew dan Karisa yang selalu memberikan dukungan & motivasi selama perkuliahan hingga akhirnya bisa lulus bersama-sama. Meskipun setelah ini akan menjalani kehidupan masing-masing dengan kesibukan yang berbeda, semoga pertemanan “ChuakzZz” ini akan selalu terjaga selamanya.
13. Teman yang berjasa selama masa perkuliahan Anin, Febby, Saada, Ega, Yannira & teman *circle* KKN “Yang gaul gaul aja” Dewayu, Bene, Kak Asa, Kak Nitri terimakasih atas kerjasama & bantuannya selama berkuliah.

14. *Last but not least*, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada diri sendiri yaitu Namira Jasmine Nur Izza yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang sudah di mulai dan terus berjalan melewati tantangan yang semesta hadirkan. Terimakasih karena tetap menjadi dirimu sendiri, *always stay humble and stay a baddie*. Aku bangga atas setiap langkah kecil yang kamu ambil, atas semua pencapaian yang mungkin tidak dirayakan oleh orang lain. Meskipun terkadang harapanmu tidak sesuai dengan apa yang semesta berikan kepada mu, tetaplah belajar menerima dan selalu mensyukuri apapun nikmat yang kamu dapatkan. *“Just give your best effort not being too effort”* Berbahagialah dan beruntung selalu dimanapun kamu berada, Namjas. Aku berdoa semoga langkah kecilmu selalu dipermudah, dikelilingi oleh orang-orang baik, serta mimpimu satu persatu akan terjawab. Aamiin. Ada kurang atau lebihmu mari merayakan diri sendiri. *Come on baby let's go party!*

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dan mengharapkan masukan, kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Demikianlah kata pengantar ini penulis sampaikan dengan penuh rasa syukur.

Surabaya, 3 Juli 2026

Namira Jasmine Nur Izza

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
2.2 Kajian Teori.....	30
2.2.1 Manajemen Pemasaran	30
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	31
2.2.3 Keamanan Produk.....	32
2.2.4 Kepercayaan Merek	34
2.2.5 Persepsi Harga	37
2.2.6 Keputusan Pembelian	40
2.3 Hubungan Antar Variabel	42
2.3.1 Pengaruh Keamanan Produk terhadap Keputusan Pembelian....	42
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.	44
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	45
2.4 Kerangka Konseptual	46
2.5 Hipotesis.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	48
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	48
3.1.2 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	48
3.1.3 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	52
3.1.3 Pengukuran Variabel	53
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	54
3.2.1 Populasi	54
3.2.2 Sampel.....	55

3.3 Teknik Pengumpulan Data	56
3.3.1 Jenis Data.....	56
3.3.2 Sumber Data	57
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	58
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	59
3.4.1 Teknik Analisis Data	59
3.4.2 Cara Kerja PLS.....	61
3.4.3 Langkah - Langkah PLS	61
3.4.4 Asumsi PLS	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	72
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	72
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	74
4.1.3 Produk <i>Eyeshadow</i> Pinkflash	74
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	76
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden.....	76
4.2.2. Deskripsi Variabel Keamanan Produk.....	77
4.2.3 Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek	80
4.2.4 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	83
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	86
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	89
4.3.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	89
4.3.3 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	95
4.3.4 Pengujian Hipotesis	98
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	100
4.4.1 Pengaruh Keamanan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	100
4.4.2 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian	103
4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Proyeksi Pendapatan Pasar Kosmetik Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 Perbandingan produk Pinkflash dengan kompetitor.....	5
Gambar 1. 3 Market share eyeshadow palette tahun 2025.....	6
Gambar 1. 4 Produk eyeshadow palette Pinkflash berbahaya tahun 2024.....	9
Gambar 1. 5 Produk Pinkflash eyeshadow palette berbahaya tahun 2025.....	11
Gambar 1. 6 Klarifikasi Pinkflash.....	12
Gambar 1. 7 Ulasan tentang keamanan produk eyeshadow palette Pinkflash	16
Gambar 1. 8 Ulasan tentang kepercayaan merek eyeshadow palette Pinkflash....	18
Gambar 1. 9 Ulasan tentang persepsi harga Pinkflash	20
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	47
Gambar 3. 1 Konstruksi Diagram Jalur.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	54
Tabel 4. 1 Produk <i>Eyeshadow</i> Pinfklash	74
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	76
Tabel 4. 3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keamanan Produk (X1).....	77
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Merek (X2)	80
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X3)	83
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) ...	86
Tabel 4. 7 Hasil <i>Outer Loading</i>	90
Tabel 4. 8 Hasil Modifikasi <i>Outer Loading</i>	91
Tabel 4. 9 Hasil <i>Cross Loading</i>	94
Tabel 4. 10 Hasil <i>Composite Reliability</i>	95
Tabel 4. 11 Hasil <i>R-Square</i>	96
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Hipotesis	98

**PENGARUH KEAMANAN PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
EYESHADOW PALETTE PINKFLASH PASCA
ISU KANDUNGAN PRODUK BERBAHAYA**

Oleh :

NAMIRA JASMINE NUR IZZA
22012010337/FEB/EM

ABSTRAK

Dalam perkembangan dunia kecantikan, *make up* atau kosmetik tidak hanya untuk memenuhi keinginan, tetapi juga menjadi kebutuhan untuk mengekspresikan identitas sosial terutama bagi wanita. Berdasarkan kepentingan tersebut menjadikan makeup atau kosmetik sebagai prioritas utama dan hal yang penting bagi wanita. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Keamanan Produk, Kepercayaan Merek dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian *eyeshadow palette* Pinkflash pasca isu kandungan produk berbahaya. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada maraknya isu yang memberitakan bahwa merek kosmetik Pinkflash yang digemari oleh banyak kalangan wanita menjadi buah bibir karena konsumen mendapatkan pengalaman buruk setelah menggunakan produk *eyeshadow palette* nya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dan melibatkan 112 responden yang mengetahui kasus terkait isu kandungan produk berbahaya pada *eyeshadow palette* Pinkflash. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* dengan pendekatan *Partial Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keamanan Produk, Kepercayaan Merek dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan yang terkandung dalam produk, kualitas informasi yang kredibilitas dan persepsi harga yang sepadan dengan produk yang ditawarkan memengaruhi keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa sebelum perusahaan fokus pada faktor eksternal, faktor internal harus diperbaiki agar dalam perkembangan industri nya kosmetiknya tidak mengalami hal hal yang dapat mencemarkan nama baik perusahaan dan menurunkan intensitas keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Keamanan Produk;* *Kepercayaan Merek;* *Persepsi Harga;* *Keputusan Pembelian;* *Pinkflash*