

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN  
MANDI DETTOL**

**(Studi Kasus pada Pengguna Sabun Mandi Dettol di Wilayah  
Jakarta Timur)**

***THE EFFECT OF CONSUMER TRUST AND PRODUCT  
QUALITY ON PURCHASING DECISIONS FOR DETTOL BATH  
SOAP***

***(A Case Study on Dettol Body Wash Users in East Jakarta Area)***

Oleh

**Nashara Sraya**

**2021410032**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ilmu Ekonomi

Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA**

**2025**

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MANDI DETTOL**

**(Studi Kasus pada Pengguna Sabun Mandi Dettol di Wilayah Jakarta  
Timur)**

***THE EFFECT OF CONSUMER TRUST AND PRODUCT QUALITY ON  
PURCHASING DECISIONS FOR DETTOL BATH SOAP***

***(A Case Study on Dettol Body Wash Users in East Jakarta Area)***

Oleh

Nashara Sraya

2021410032

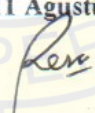
**SKRIPSI**

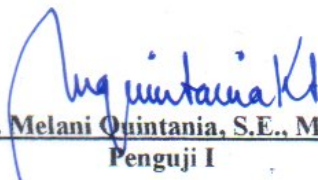
Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ilmu Ekonomi  
Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 11 Agustus 2025

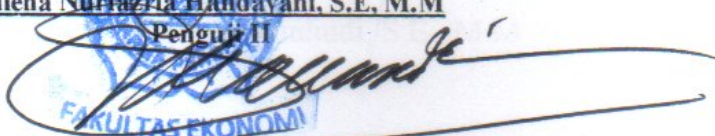
Seperti tertera dibawah ini


Jakarta, 11 Agustus 2025


  
Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M  
Pembimbing

  
Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd  
Penguji I

  
Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M  
Penguji II

  
Dr. Sukardi, S.E., M.M  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M  
Penguji III

  
Dedi Damhudi, S.E., M.M  
Ketua Jurusan Manajemen

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

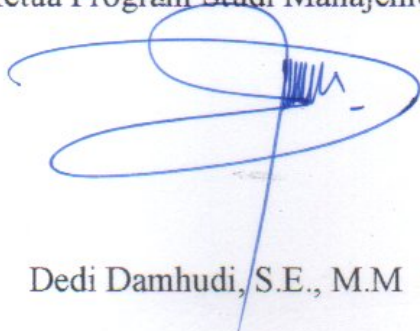
Nama : Nashara Sraya  
NIM : 2021410032  
Jurusan : Manajemen  
Peminatan : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Dettol (Studi Kasus pada Pengguna Sabun Mandi Dettol di Wilayah Jakarta Timur)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, 16 Mei 2025

Menyetujui,

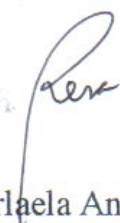
Ketua Program Studi Manajemen



Dedi Damhudi, S.E., M.M

Menyetujui,

Pembimbing



Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nashara Sraya

NIM : 2021410032

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa telah menyelesaikan karya tulis dengan judul **PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MANDI DETTOL (Studi Kasus pada Pengguna Sabun Mandi Dettol di Wilayah Jakarta Timur)** yang dibimbing oleh Ibu Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M di Universitas Darma Persada. Karya tulis ini merupakan hasil karya asli yang penulis susun, bukan merupakan hasil jiplakan dan belum pernah dipublikasikan sebelumnya. Jika kemudian hari terbukti dan ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka penulis bersedia mempertanggungjawabkan segala risikonya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 16 Mei 2025



Nashara Sraya  
NIM 2021410032

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sabun mandi Dettol pada masyarakat di wilayah Jakarta Timur. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner 100 responden kepada pengguna sabun mandi Dettol dengan pembelian minimal 2 (dua) kali dalam kurun waktu 3 (tiga) bulan terakhir. Teknik sampel menggunakan *non-probability sampling* dan teknik analisis yang diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,737 yang berarti bahwa sebesar 73,7% kepercayaan konsumen dan kualitas produk dapat dijelaskan, dipengaruhi oleh keputusan pembelian, sedangkan sisanya 26,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Secara parsial kepercayaan konsumen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,464 yang berarti 46,4% dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,735 yang berarti 73,5%.

**Kata Kunci :** Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the influence of consumer trust and product quality on purchase decision of Dettol body soap among consumers in East Jakarta. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who are users of Dettol body soap with a minimum purchase of two times within the last three months. The sampling technique used was non-probability sampling, and the data analysis was conducted using SPSS version 25. The results show that consumer trust and product quality simultaneously have a positive and significant effect on purchase decision, with a coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 0.737, indicating that 73.7% of the variance in purchase decision is explained by consumer trust and product quality, while the remaining 26.3% is influenced by other variables outside the model. Partially, consumer trust has a positive but not significant effect on purchase decision, with a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.464, indicating 46.4%, whereas product quality has a positive and significant effect, with an ( $R^2$ ) value of 0.735, indicating 73.5%.*

*Keywords: consumer trust, product quality, purchase decision.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehaadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Dettol”**. Skripsi merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi program studi Manajemen yang telah membantu dan membimbing serta memberikan kritik dan saran yang berharga, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Sukardi, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dedi Damhudi, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Ayah, Mama, Naswa serta Om dan Tante penulis yang selalu memberikan doa dan semangat, serta senantiasa memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Bapak dan Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu dari awal perkuliahan sampai dengan penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk Lidia Puspitasari, yang selalu memberikan semangat dan menemani penulis dari saat masih menjadi mahasiswa baru sampai dengan proses penyusunan skripsi.
7. Untuk Wina Patrisiya Natasya, Edrina Tasya Karmila dan Widya Jeihan Ashari yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa dari jarak jauh.
8. Untuk teman-teman yang telah mendampingi, mendukung dan memberikan masukan satu sama lain selama penulis melakukan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari kesalahan, baik dalam proses pembuatannya ataupun hasil yang penulis sajikan. Untuk itu guna penyempurnaan skripsi ini, penulis selalu terbuka untuk menerima kritik dan saran yang dapat membangun untuk kebaikan di kemudian hari.

Jakarta, 16 Mei 2025

**Nashara Sraya**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN SEBELUMNYA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>17</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	17
2.2 Landasan Empiris (Penelitian Terdahulu).....	47
2.3 Kerangka Pemikiran .....	55

2.4 Hipotesis Penelitian.....	57
2.5 Paradigma Penelitian.....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>59</b>
3.1 Metode yang Digunakan .....	59
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	60
3.3 Sumber Data dan Cara Penentuan Data .....	72
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	79
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	80
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>90</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	90
4.2 Hasil Penelitian.....	92
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....	97
4.4 Uji Keabsahan Data.....	140
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	143
4.6 Alat Analisis .....	147
4.7 Pengujian Hipotesis.....	154
4.8 Pembahasan .....	157
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>161</b>
5.1 Kesimpulan.....	161
5.2 Saran.....	162

**DAFTAR PUSTAKA ..... 164**  
**LAMPIRAN ..... 169**



## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Sabun Mandi Dettol Tahun 2021-2023 .....	6
Tabel 1.2 Kualitas Produk Sabun Mandi Dettol .....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	47
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	60
Tabel 3.2 Skala Likert .....	80
Tabel 3.3 Rentang Skala .....	84
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	85
Tabel 3.5 Tingkat Koefisien Determinasi .....	86
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	93
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	93
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	94
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	95
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	96
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1 .....	97
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2 .....	98
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3 .....	99
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4 .....	99
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5 .....	100
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6 .....	101
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7 .....	102
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8 .....	103

Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9 .....	103
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10 .....	104
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 11 .....	105
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 12 .....	106
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 13 .....	107
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 14 .....	107
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 15 .....	108
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 16 .....	109
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 17 .....	110
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 18 .....	111
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 19 .....	111
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 20 .....	112
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 21 .....	113
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 22 .....	114
Tabel 4. 28 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 23 .....	114
Tabel 4. 29 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 24 .....	115
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 25 .....	116
Tabel 4. 31 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 26 .....	117
Tabel 4. 32 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 27 .....	118
Tabel 4. 33 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 28 .....	118
Tabel 4. 34 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 29 .....	119
Tabel 4. 35 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 30 .....	120
Tabel 4. 36 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 31 .....	121

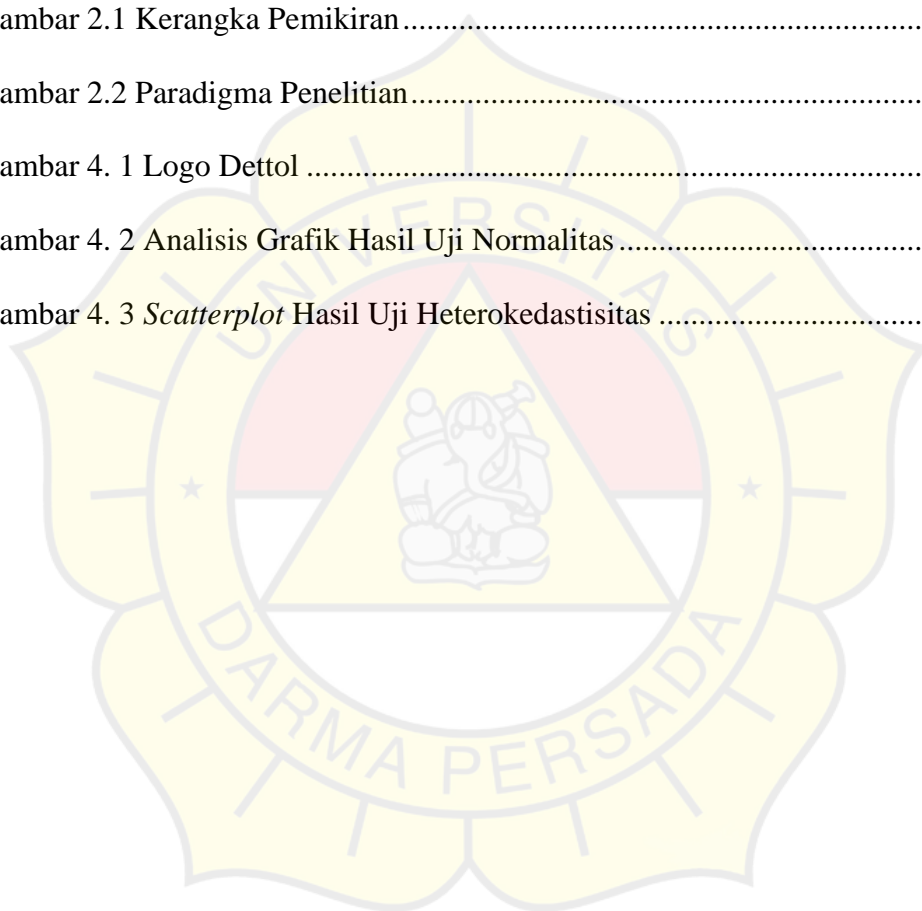
Tabel 4. 37 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 32 .....	122
Tabel 4. 38 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 33 .....	122
Tabel 4. 39 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 34 .....	123
Tabel 4. 40 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 35 .....	124
Tabel 4. 41 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 36 .....	125
Tabel 4. 42 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 37 .....	126
Tabel 4. 43 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 38 .....	127
Tabel 4. 44 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 39 .....	127
Tabel 4. 45 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 40 .....	128
Tabel 4. 46 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 41 .....	129
Tabel 4. 47 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 42 .....	130
Tabel 4. 48 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 43 .....	131
Tabel 4. 49 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 44 .....	131
Tabel 4. 50 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 45 .....	132
Tabel 4. 51 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 46 .....	133
Tabel 4. 52 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 47 .....	134
Tabel 4. 53 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 48 .....	134
Tabel 4. 54 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 49 .....	135
Tabel 4. 55 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 50 .....	136
Tabel 4. 56 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 51 .....	137
Tabel 4. 57 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	140
Tabel 4. 58 Hasil Uji Reliabilitas .....	142
Tabel 4. 59 Tabel Kolmogorov-Smirnov .....	144

Tabel 4. 60 Hasil Uji Multikolinearitas.....	146
Tabel 4. 61 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	148
Tabel 4. 62 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	149
Tabel 4. 63 Hasil Uji Koefisien Korelasi Kepercayaan Konsumen ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	150
Tabel 4. 64 Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	151
Tabel 4. 65 Hasil Korelasi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Berganda.....	152
Tabel 4. 66 Hasil Korelasi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Kepercayaan Konsumen ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	153
Tabel 4. 67 Hasil Korelasi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	153
Tabel 4. 68 Hasil Parameter Uji F.....	154
Tabel 4. 69 Hasil Parameter Uji T Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	156

## DAFTAR GAMBAR

## Halaman

Gambar 1.1 Merek Sabun yang Paling Sering Digunakan (Desember 2022).....	3
Gambar 1.2 10 <i>Top Brand</i> Sabun Mandi dengan Penjualan Terlaris .....	4
Gambar 1. 3 <i>Top Brand Index</i> Sub kategori sabun Mandi Antiseptik.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	56
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	58
Gambar 4. 1 Logo Dettol .....	91
Gambar 4. 2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas .....	145
Gambar 4. 3 <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heterokedastisitas .....	147



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian.....	170
Lampiran 1. 2 Tabulasi Data Profil Responden .....	188
Lampiran 1. 3 Tabulasi Data Kepercayaan Konsumen ( $X_1$ ).....	199
Lampiran 1. 4 Tabulasi Data Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	202
Lampiran 1. 5 Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y) .....	207
Lampiran 1. 6 Nilai T tabel.....	210
Lampiran 1. 7 Nilai F tabel .....	213
Lampiran 1. 8 Nilai R tabel.....	219
Lampiran 1. 9 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen ( $X_1$ ) .....	222
Lampiran 1. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	227
Lampiran 1. 11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	232
Lampiran 1. 12 Hasil Uji Reliabilitas .....	236
Lampiran 1. 13 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	237
Lampiran 1. 14 Hasil Uji Alat Analisis Data .....	239
Lampiran 1. 15 Hasil Uji Hipotesis .....	241
Lampiran 1. 16 Bukti Penyebaran Kuesioner .....	242
Lampiran 1. 17 Catatan Konsultasi Skripsi.....	244
Lampiran 1. 18 Daftar Riwayat Hidup.....	246