



**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN
AKSI BOIKOT PRODUK PRO-ISRAEL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAYBELLINE
DI MARKETPLACE SHOPEE**

SKRIPSI/ TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1/D-3
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Kartika

Oleh:
Arssangela Alicia Milan P
111.20.014

Pembimbing
Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M.
NIP.111/02.76/04.06/021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA
2025**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan pada Tuhan YME, atas seluruh berkat-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Aksi Boikot Produk Pro-Israel Terhadap Keputusan Pembelian Maybelline di Marketplace Shopee”. Skripsi ini ditulis dalam rangka mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya.

Tak lupa, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penulisan skripsi ini.

Penghargaan dan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ong Peter Leonardo, BA, M.Ed. selaku rektor Universitas Widya Kartika Surabaya.
2. Dr. Melvie Paramitha, S.E., M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya
3. Dr. Muis Murtadho, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, dan dosen pembimbing yang selalu memberikan dorongan, kritik dan saran terhadap penulis.
4. Dr, Erna Ferrinadewi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan dorongan, dan masukan terhadap penulis.
5. Erwin Rediono, MBA. selaku ketua penguji skripsi, Dr. Muis Murtadho, S.E, M.M dan Dr, Erna Ferrinadewi, S.E., M.M. selaku dosen penguji skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan menguji skripsi penulis.
6. Dosen-dosen dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika yang telah memberikan masukan dan dukungan dan membantu segala hal yang berbentuk administrasi saya selama pengerjaan skripsi ini.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Abdul Minur dan Ibu Tio Djioe Lan, untuk beliau berdualah skripsi ini penulis persembahkan. Terima kasih atas segala doa dan dukungan baik secara mental maupun materi sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

8. Saudara Penulis, Amadeus Kevin Milan, S.Ak. Terima kasih telah memberikan semangat, masukan dan menjadi inspirasi bagi penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden penelitian, yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih telah membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini
10. Dan yang tidak kalah penting, terima kasih kepada Ari Prayogo Utomo yang telah memberikan waktunya untuk mendengar keluhan, memberikan dukungan mental, serta masukan pada penulis selama masa penelitian.

Semoga Tuhan YME, memberikan balasan dengan segala kebaikan dunia dan akhirat atas keikhlasan dan dan kebaikan semua pihak yang telah diberikan kepada peneliti.

Harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya, khususnya pengembangan untuk ilmu ekonomi. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penelitian skripsi ini. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan dimasa yang akan datang.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak atas perhatian dan pemberian semangat selama proses penyelesaian skripsi.

Surabaya, 20 Januari 2025

Arssangela Alicia Milan

ABSTRAK

Nama Mahasiswa: Arssangela Alicia Milan

Skripsi

Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Aksi Boikot produk Pro-Israel terhadap Keputusan Pembelian Maybelline di Marketplace Shopee.

Pesatnya perkembangan internet di sektor ekonomi telah melahirkan inovasi baru berupa e-commerce. Melalui platform ini, konsumen dimudahkan dalam proses pembelian karena tersedia berbagai macam produk, termasuk kosmetik. Studi ini dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh kepercayaan konsumen dan tindakan boikot produk pro-Israel terhadap perilaku pembelian di Shopee. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, dimana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Penelitian ini melibatkan populasi berupa masyarakat Surabaya yang pernah membeli produk Maybelline melalui Shopee, dengan 100 responden sebagai sampel pada penelitian ini. Pengolahan data dilakukan menggunakan program statistik SPSS. Dari hasil analisis diperoleh bahwa Kepercayaan Konsumen berkontribusi terhadap keputusan pembelian produk Maybelline di Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi faktor penting dalam menjalin hubungan positif saat membeli kosmetik Maybelline secara daring, mengingat adanya risiko-risiko yang mungkin dihadapi konsumen. Aksi boikot terhadap produk pro-Israel juga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penemuan ini menjelaskan bahwa meskipun terdapat seruan boikot, konsumen tetap melakukan pembelian produk Maybelline, yang mengindikasikan bahwa mereka tidak sepenuhnya mengikuti himbuan boikot yang disampaikan oleh MUI.

Kata kunci: Kepercayaan konsumen, Aksi Boikot, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nama Mahasiswa: Arssangela Alicia Milan

Thesis

The Influence of Trust and Boycott Action of Pro-Israel Products on Maybelline Purchasing Decisions on Marketplace Shopee.

The development of the internet in the economic sector has given rise to new innovations, namely e-commerce, in e-commerce buyers are given convenience because in e-commerce they sell many types of goods, one of which is cosmetics. This research aims to determine the effect of consumer trust and pro-Israel boycott actions on purchasing decisions at Shopee. The type of research used is quantitative research with questionnaire primary data. The population used in this research was the people of Surabaya who purchased Maybelline products at Shopee, with a sample of 100 respondents who were then processed using SPSS. The results of this research are 1) Consumer trust influences the decision to purchase Maybelline products at Shopee. This explains that trust is needed in building positive relationships in purchasing Maybelline cosmetics online with the various risks that buyers will face. 2) The Boycott of pro-Israel products had a positive effect on the decision to purchase Maybelline products. This result means that there were purchases of Maybelline products in the midst of the boycott and it can be concluded that consumers tend not to immediately respond to the boycott call issued by the MUI

Key Word: Customer Trust, Boycott Action, Purchase decision

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS & PERSETUJUAN PUBLIKASI	i
BERITA ACARA PENGESAHAN SIDANG AKHIR SKRIPSI.	ii
PERSETUJUAN SIDANG AKHIR SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Ruang Lingkup	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.1.1. Penelitian Riski Rosdiana, Iyus Akhmad Haris (2018)	13
2.1.2. Penelitian Naufal Dian Ardhani (2023)	13
2.1.3 Penelitian Yanin Puripunyanich (2017)	14
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	14
2.2.1 Persamaan penelitian	14
2.2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan sekarang	15
2.3 LANDASAN TEORI	17
2.3.1 <i>E-Commerce</i>	17
2.3.2 Kepercayaan Konsumen	23
2.3.3 Perilaku Konsumen	27
2.3.4 Keputusan Pembelian	31
2.3.5 Pembelian Online	36
2.3.6 Boikot	39
2.4 MODEL PENELITIAN	43

2.5 HIPOTESIS	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	45
3.2.3 Teknik sampling	46
3.3 Identifikasi Variabel	46
3.3.1 Variabel Independen atau Variabel Bebas	47
3.3.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat	47
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1 Sumber Data	47
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian	49
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.6.1 Uji Validitas	50
3.6.2 Uji Reliabilitas	50
3.7 Teknik analisis data	50
3.8 Uji Asumsi Klasik	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.1. Uraian partisipan berdasarkan usia	53
4.1.2. Uraian partisipan berdasarkan Agama	54
4.2 Deskripsi Data Penelitian	55
4.2.1 Kepercayaan Konsumen	57
4.2.3 Keputusan Pembelian	59
4.3 Uji Kelayakan Instrumen	59
4.3.1 Uji Validitas	59
4.3.2 Uji Reliabilitas	61
4.4 Uji Asumsi Klasik	61
4.4.1 Uji Multikolinearitas	61

4.4.2 Uji Normalitas	62
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	63
4.5 Analisa Data	64
4.5.1 Koefisiensi Determinasi	64
4.6 Uji Hipotesis	64
4.6.1 Uji T (Uji Parsial)	64
4.7 Pembahasan	66
4.7.1 Kepercayaan Konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Maybelline di shopee.	66
4.7.2 Aksi Boikot Produk Pro-Israel berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Maybelline di shopee.	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DRAFT ARTIKEL ILMIAH	
LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI / TUGAS AKHIR	