

HALAMAN MOTO

“Apa yang melewatkan ku tidak akan pernah menjadi takdir ku,
Dan apa yang ditakdirkan untuk ku tidak akan pernah melewatkan ku”

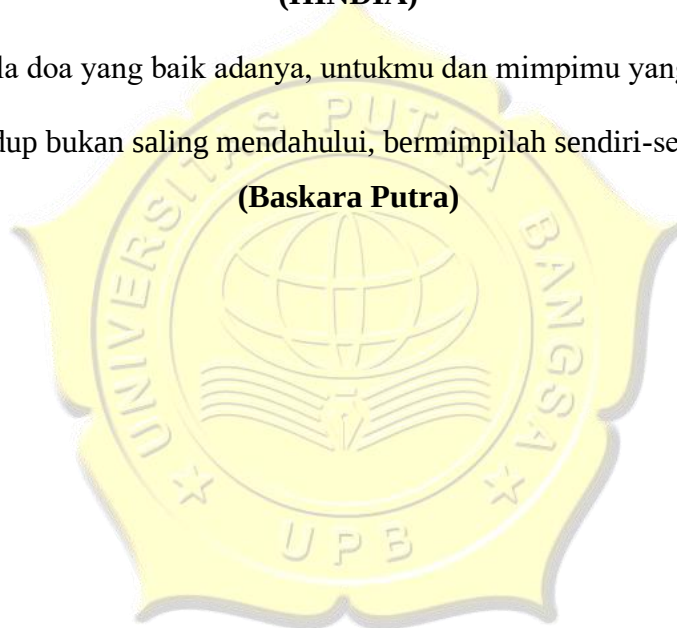
(Umar bin Khattab)

“Angan-angan yang dulu mimpi belaka,
Kita gapai segala yang tak disangka”

(HINDIA)

“Segala doa yang baik adanya, untukmu dan mimpimu yang mulia”
“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri”

(Baskara Putra)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan rasa bangga dan Bahagia penulis ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas izin dan karuniannyalah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Suratno dan Ibu Siti Fatonah yang telah memberikan dukungan, doa yang tiada henti, restu untuk kesuksesan penulis, karena tidak ada kata seindah lanjutan doa dan tiada doa yang paling khushuk selain doa yang tercapai dari orangtua.
3. Bapak Yordan Hermawan Apidana, S.E., M.M selaku dosen pembimbing penulis. Ucapan terima kasih yang mendalam untuk dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, ilmu, serta bimbingan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ardiyan Lisaputra, S.Pd selaku partner penulis yang selalu memberikan dukungan, arahan, motivasi serta mendengarkan keluh kesah penulis supaya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Indah Puspita Ningrum selaku sahabat penulis sejak zaman putih biru yang selalu memberikan dukungan agar skripsi ini dapat selesai pada waktunya.
6. Teman seperjuangan Syifa Nurjanah, Rahmah Wahyuni, Refi Marizka, Fajar Adi Prayoga, Difa Zain, Kartika Sari Wiranita Dewi, Lisda Tawasuli,

Nugraheni Fitriana terima kasih atas dukungan, kebersamaan, semangat, bantuan selama perjalanan akademik penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi diwaktu yang tepat.

7. Seluruh anggota BEM Raksa Ardibrata 2022/2023, PSM Gitaswara 2022/2023 yang telah memberikan saya banyak pengalaman selama masa perkuliahan.

Skripsi ini semoga dapat memberikan manfaat dan menjadi langkah awal dalam perjalanan penulis selanjutnya. Terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan mendoakan penulis selama proses penyusunan skripsi ini.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *personal branding owner*, *brand trust*, dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen, serta melihat peran *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai variabel moderasi pada konsumen produk kosmetik Mother of Pearl by Tasya Farasya. Fenomena meningkatnya minat terhadap produk kecantikan lokal yang didukung oleh kehadiran beauty influencer mendorong pentingnya strategi pemasaran berbasis citra pribadi dan kepercayaan merek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding owner*, *brand trust*, dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, variabel *Fear Of Missing Out* terbukti memoderasi hubungan antara *personal branding owner*, *brand trust*, dan desain produk terhadap keputusan pembelian secara signifikan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku industri kosmetik dalam merancang strategi pemasaran berbasis psikologi konsumen serta memperkuat hubungan emosional antara *brand* dan konsumen melalui pendekatan *personal branding* dan desain produk yang berkesan.

Kata kunci: *Personal Branding Owner*, *Brand Trust*, Desain Produk, Keputusan Pembelian, *Fear of Missing Out*.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of personal branding, brand trust, and product design on consumer purchasing decisions, with Fear of Missing Out (FoMO) as a moderating variable. This study focuses on consumers of the local beauty brand Mother of Pearl, created by Tasya Farasya, a well-known beauty influencer in Indonesia. The increasing popularity of local cosmetic products, driven by influencer marketing, highlights the importance of personal branding and brand credibility in shaping consumer behavior. The study findings indicate that personal branding, brand trust, and product design have a positive and significant influence on purchasing decisions. Furthermore, Fear Of Missing Out significantly moderates the relationship between the independent variables and purchasing decisions. This study provides practical insights for cosmetic brand owners in building effective marketing strategies that leverage emotional connections with consumers through strong personal branding and innovative product design.

Keywords: *Personal Branding Owner, Brand Trust, Product Design, Purchase Decision, Fear of Missing Out.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Personal Branding Owner, Brand Trust*, Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimoderasi Oleh *Fear Of Missing Out* (Studi Kasus Konsumen *Brand Mother Of Pearl By Tasya Farasya*)” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S-1) Bisnis Digital Universitas Putra Bangsa.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Anton Prasetyo, S.E., M.M. selaku Kaprodi Bisnis Digital yang selalu memberikan arahan dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Yordan Hermawan Apidana, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, serta arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta motivasi penuh.
5. Almamater tercinta penulis Universitas Putra Bangsa.

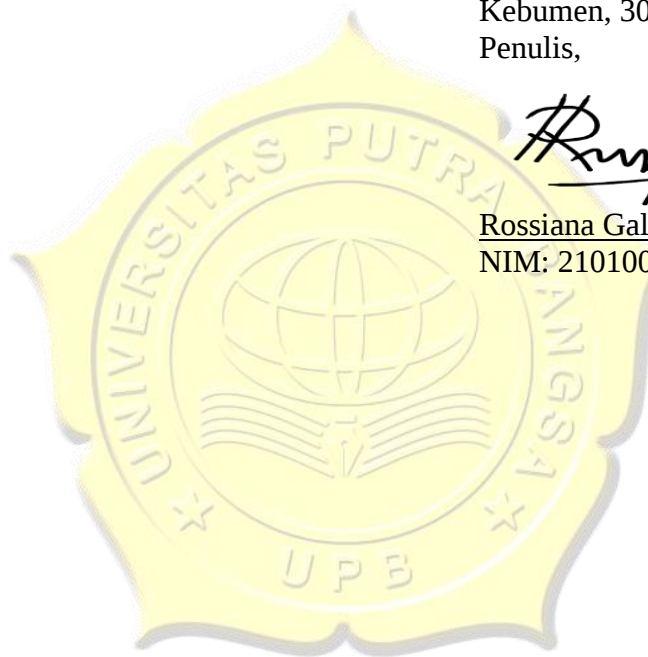
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang ikut serta membantu agar terselesaikannya skripsi ini diwaktu yang tepat.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis tidak menutup diri atas kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkannya.

Kebumen, 30 Juli 2025
Penulis,



Rossiana Galuh Prastiwi
NIM: 210100177



DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.4.2 Manfaat Teoritis	16
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori.....	17
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2. <i>Personal Branding Owner</i>	18
2.1.3. <i>Brand Trust</i>	19
2.1.4. Desain Produk	20

2.1.5.	<i>Fear of Missing Out (FEAR OF MISSING OUT)</i>	21
2.2.	Penelitian Terdahulu	22
2.3.	Hubungan Antar Variabel	34
2.3.1.	Hubungan Antara <i>Personal Branding Owner</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	34
2.3.2.	Hubungan Antara <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	36
2.3.3.	Hubungan Antara Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	37
2.3.4.	Peran <i>Fear of Missing Out</i> Dalam Memoderasi Hubungan Antara <i>Personal Branding Owner</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	39
2.3.5.	Peran <i>Fear of Missing Out</i> Dalam Memoderasi Hubungan Antara <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	40
2.3.6.	Peran <i>Fear of Missing Out</i> Dalam Memoderasi Hubungan Antara Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	42
2.4.	Model Empiris.....	43
2.5.	Hipotesis.....	44
BAB III.....		45
METODE PENELITIAN.....		45
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	45
3.1.1.	Objek Penelitian	45
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	45
3.2.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	46
3.2.1.	Variabel Penelitian	46
3.2.2.	Definisi Operasional Variabel.....	47
3.3.	Instrumen dan Alat Pengumpulan Data	48
3.4.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	49

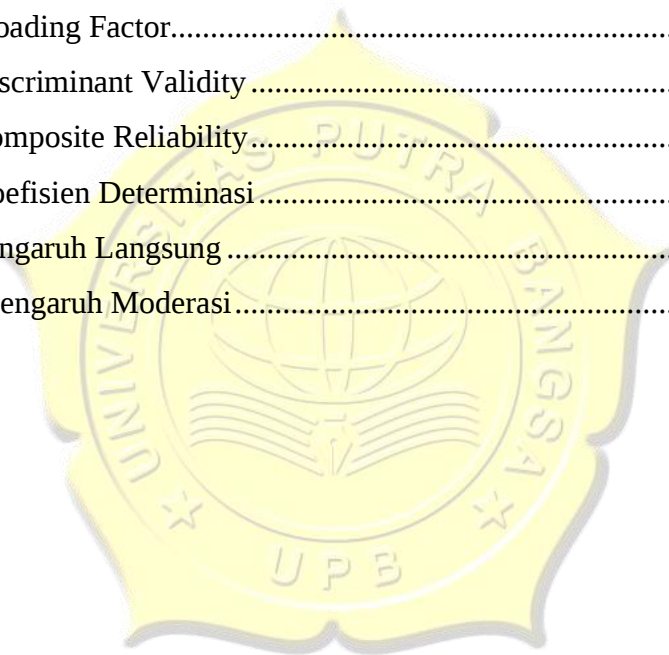
3.4.1. Data	49
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5. Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.5.1. Populasi Penelitian.....	50
3.5.2. Sampel Penelitian.....	50
3.6. Skala Pengukuran Variabel.....	51
3.7. Teknik Analisis Data.....	52
3.7.1. Analisis Deskriptif	53
3.7.2. Analisis Statistik.....	53
BAB IV	59
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Gambaran Umum.....	59
4.2. Analisis Deskriptif	60
4.2.1. Jenis Kelamin.....	60
4.2.2. Usia	61
4.2.3. Alamat.....	62
4.2.4. Penghasilan	63
4.3. Analisis Statistik.....	64
4.3.1. Outer Model	64
4.3.2. Inner Model.....	68
4.4. Pembahasan.....	73
BAB V.....	82
KESIMPULAN	82
5.1. Simpulan	82
5.2. Keterbatasan.....	83
5.3. Implikasi.....	83

5.3.1. Implikasi Teoritis	83
5.3.2. Implikasi Praktis.....	83
5.4. Saran.....	86
5.4.1. Saran Teoritis	86
5.4.2. Saran Praktis.....	89
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR TABEL

Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel III- 1 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel III- 2 Skala Likert.....	52
Tabel IV- 1 Jenis Kelamin	60
Tabel IV- 2 Usia.....	61
Tabel IV- 3 Alamat	62
Tabel IV- 4 Penghasilan.....	63
Tabel IV- 5 Loading Factor.....	65
Tabel IV- 6 Discriminant Validity	67
Tabel IV- 7 Composite Reliability.....	68
Tabel IV- 8 Koefisien Determinasi.....	69
Tabel IV- 9 Pengaruh Langsung	71
Tabel IV- 10 Pengaruh Moderasi.....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia (2014-2027)	3
Gambar II- 1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar IV- 1 Diagram Jalur.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Kuisoner Dan Data Responden

Lampiran 3 Hasil Analisis Data

Lampiran 4 Kartu Seminar Proposal

Lampiran 5 Kartu Konsultasi Skripsi

