

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *E-WOM*, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE MS GLOW***

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat sarjana
Program Studi Manajemen**



RISKA AGUSTINA

11-1701064

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

YOGYAKARTA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *E-WOM*, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE MS GLOW***

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Riska Agustina

11-1701064

Yogyakarta, 30 Mei 2022

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ralina', with a stylized flourish extending to the left.

Dra. Ralina Transistari, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *E-WOM*, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE MS GLOW***

Skripsi ini telah dipertahankan dan disetujui di hadapan Dewan Penguji Jurusan
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 5 Agustus 2022.

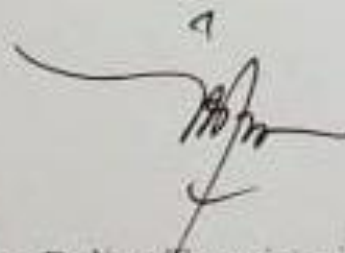
Yang terdiri atas:

Ketua



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

Anggota



Dra. Ralina Transistari, M.Si.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh *Brand Ambassador*, *E-Wom*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Skincare MS Glow***" dan diajukan pada tanggal 5 Agustus 2022, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, terlepas dari sengaja atau tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Jika kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 5 Agustus 2022

Yang memberi pernyataan



Riska Agustina

Saksi 1, sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi:

Dra. Ralina Transistari, M.Si.

Saksi 2, sebagai ketua tim penguji skripsi:

Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

MOTTO

“Be a good person”

“Hiduplah seakan-akan kamu akan mati hari esok dan belajarlah seolah kamu akan hidup selamanya.” – Mahatma Gandhi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, kasih sayang dan hidayat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, E-WOM, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE MS GLOW*” dengan lancar. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah menerangi jalan kehidupan kita dengan Nurul Islam.**

Dalam hal ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, peneliti menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak dan ibu yang telah memberi doa dan kasih sayang serta dukungannya setiap waktu, semoga Allah selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kalian, Aamiin.
2. Kakak tersayang Lusiyani Tia Kaswati yang selalu memberi dukungan dan semangat agar peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Suparmono, M.Si., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
4. Ibu Dra. Ralina Transistari, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan masukan selama penyusunan skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen STIM YKPN yang telah memberikan ilmu tidak terbatas selama duduk di bangku perkuliahan.

6. Seluruh Staf Perpustakaan dan Karyawan STIM YKPN yang telah melayani peneliti serta membantu dalam kelancaran proses penyusunan skripsi.
7. Terimakasih teruntuk sahabat seperjuangan saya Linda, Mugtar, Fifi, Lenteng dan seluruh mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta khususnya angkatan 2017 yang selalu memberikan motivasi, nasihat, semangat, dan dukungan bagi peneliti.
8. Terimakasih teruntuk saudara Rudi Susanto, yang selalu *mensupport*, memotivasi, dan selalu ada pada setiap keluh kesah dalam penyusunan skripsi ini.
9. Serta semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, namun telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, peneliti ucapkan terimakasih yang tidak terhingga pada semua pihak yang terlibat, dengan harapan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi peneliti.

Yogyakarta, 5 Agustus 2022
Peneliti

Riska Agustina
11-1701064

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador*, *e-wom*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *skincare* MS Glow. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis data yang dipakai pada penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh berdasarkan penyebaran kuesioner kepada 160 responden. Teknik pengambilan sampel yang dipakai ialah *purposive sampling*. Teknik analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, *e-wom* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sementara *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Adjusted R square* sebesar 0,454 menunjukkan bahwa variabel *brand ambassador*, *e-wom*, dan *brand image* memberi sumbangan pengaruh sebesar 45,4% terhadap variabel keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 54,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *brand ambassador*, *e-wom*, *brand image*, dan keputusan pembelian.

ABSTRAC

This study aims to analyze the effect of brand ambassadors, e-wom, and brand image on purchasing decisions of MS Glow skincare. This research uses quantitative methods. The type of data used in this study is primary data obtained by distributing questionnaires to 160 respondents. The sampling technique used is purposive sampling. The data analysis technique was carried out using multiple linear regression analysis. The results showed that brand ambassadors had a positive effect on purchasing decisions, e-wom had a positive effect on purchasing decisions, and brand image had no effect on purchasing decisions. adjusted R square of 0.454 indicates that the brand ambassador, e-wom, and brand image variables contribute 45,4% of the influence on the purchasing decision variables, while the remaining 54.6% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: *brand ambassador, e-wom, brand image, and purchase decision.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Perilaku konsumen	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II	8
LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	8
A. Pengertian Pemasaran	8
B. <i>Brand Ambassador</i>	8
C. <i>E-WOM</i>	9
D. <i>Brand Image</i>	11
E. Keputusan Pembelian	12
F. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	14
G. Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian	15
H. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	15
I. Penelitian Terdahulu	16
J. Kerangka Penelitian	18
BAB III	19
METODE PENELITIAN	19

A. Definisi Konsep.....	19
B. Definisi Operasional.....	19
C. Jenis Penelitian.....	21
D. Jenis dan Sumber Data.....	21
E. Populasi dan Sampel.....	22
F. Obyek dan Subyek Penelitian.....	23
G. Metode Pengumpulan Data.....	23
H. Uji Instrumen.....	23
BAB IV.....	28
GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS DATA.....	28
A. Sejarah Perusahaan.....	28
B. Logo MS Glow.....	29
C. Produk MS Glow.....	29
D. Hasil Analisis Data.....	32
E. Pembahasan.....	42
BAB V.....	45
KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
A. Kesimpulan.....	45
B. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan MS Glow Bulan Juli 2021	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Skala Likert	23
Table 4. 1 Karakteristik Responden	32
Table 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	33
Table 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Table 4. 4 Hasil Uji Normalitas	36
Table 4. 5 Hasil Uji Multikolinieritas	37
Table 4. 6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	38
Table 4. 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	38
Table 4. 8 Hasil Uji t.....	40
Table 4. 9 Hasil Uji F	41
Table 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	18
Gambar 4. 1 Logo MS Glow	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	49
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	55
Lampiran 3 Uji Validitas.....	83
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	89
Lampiran 5 Uji Normalitas.....	90
Lampiran 6 Uji Multikolinieritas.....	90
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas.....	91
Lampiran 8 Uji t.....	91
Lampiran 9 Uji Goodness of Fit.....	92
Lampiran 10 Koefisien Determinasi.....	92
Lampiran 11 Tabel r.....	93
Lampiran 12 Tabel t.....	95