

**PENGARUH HARGA, e-WOM, *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SUNSCREEN AZARINE*
PADA MASYARAKAT DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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



Tesa Aprilia

No.Mhs. 112001577

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

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH HARGA, e-WOM, *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN AZARINE* PADA
MASYARAKAT DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.

SKRIPSI

Diajukan oleh

Tesa Aprilia

No.Mhs. 112001577

Yogyakarta, 11 Jan 2024.

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH HARGA, e-WOM, *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE PADA
MASYARAKAT DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

tanggal: 26 Januari 2024

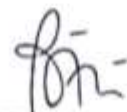
yang terdiri atas

Ketua

Anggota



Tri Utomo Pratiyo, S.E., M.Ec. Dev



Rasistia Wisandianing Primadineska,
S.E., M.Sc

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

iv

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh Harga, e-WOM, Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine pada Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta.** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 26 Januari 2024 adalah hasil karya saya.

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

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya nyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 26 Januari 2024

Yang memberi pernyataan,




METERAI
TEMPEL
T: 14AALX040112460
Tesa Aprilia

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai penguji:



(Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc)

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi:



(Tri Utomo Prasetyo, S.E., M.Ec. Dev)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur dan bangga, skripsi ini saya persembahkan kepada:

Ayah dan ibu saya yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan. Terima kasih atas semua kasih sayang yang ayah dan ibu berikan kepada saya.

Serta diri saya sendiri yang selalu berjuang dan bekerja keras untuk menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi.

MOTTO

”Allah tidak akan merubah nasib (seseorang) suatu kaum apabila ia tidak ingin
atau mau merubah nasibnya sendiri”

(QS Ar-ra'd ayat 11)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan karuniaNya. Penulis dapat menyelesaikan karya tulis dengan baik. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, e-WOM, *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian *Sunscreen Azarine* Pada Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta”** disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program Program Studi S1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta. Skripsi ini disusun berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

Dalam pelaksanaan penulisan skripsi ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan berupa dorongan, semangat dan bimbingan kerja sama dari berbagai pihak yaitu kepada :

1. Kedua orang tua saya serta keluarga besar yang telah mendukung setiap keputusan yang saya ambil dan memberikan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E.,M.Sc selaku dosen pembimbing.
3. Bapak Suparmono, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta
4. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

5. Seluruh karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
6. Kepada Maria Oky Perwita Sari dan Layinatul Masruroh yang telah mensupport untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, serta responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner. Terima kasih atas dukungan dan doa kalian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Penulis menyadari bahwa laporan kuliah kerja lapangan ini terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar laporan ini dapat lebih baik lagi dan penulis berharap laporan ini dapat berguna bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 02 Februari 2024

Penulis

Tesa Aprilia

ABSTRAK
PENGARUH HARGA, e-WOM, BRAND AMBASSADOR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUNSCREEN AZARINE PADA
MASYARAKAT DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, e-WOM, Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine Pada Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian produk *sunscreen* Azarine minimal satu kali di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel pada penelitian ini sebanyak 85 sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini kuesioner dengan pengukuran skala *likert* dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. 2) e-WOM tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. 3) *Brand Ambassador* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, e-WOM, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT
***THE INFLUENCE OF PRICE, e-WOM, AMBASSADOR BRAND ON THE
DECISION TO PURCHASE AZARINE SUN SCREEN IN COMMUNITIES
IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA***

This research aims to determine the influence of price, e-WOM, brand ambassador on the decision to purchase Azarine sunscreen in the people of the Special Region of Yogyakarta. The population in this study were people who had purchased Azarine sunscreen products at least once in the Special Region of Yogyakarta. The sample in this study was 85 samples. The data collection technique used in this research was a questionnaire with Likert scale measurements and used a purposive sampling technique. The research results show: 1) Price has a positive effect on purchasing decisions. 2) e-WOM has no effect on purchasing decision. 3) Brand Ambassador has a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Price, e-WOM, Brand Ambassador, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Perumusan Hipotesis	15
D. Kerangka Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
A. Definisi Konsep	19
B. Definisi Operasional	20
C. Jenis Penelitian Dan Sumber Data	23
D. Populasi dan Sampel	24
E. Objek Dan Subjek Penelitian	25
F. Metode Pengumpulan Data	26
G. Metode Analisis Data	27
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA	32
A. Gambaran Umum Perusahaan	32

B.	Analisis Data	34
C.	Pembahasan	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		54
A.	Simpulan.....	54
B.	Saran	54
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN		58
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....		58
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....		68
Lampiran 3. Hasil Rekapitulasi Data Responden		71
Lampiran 4. Uji Validitas.....		83
Lampiran 5. Uji Reliabilitas		89
Lampiran 6. Uji Normalitas		90
Lampiran 7. Uji Multikolinearitas		90
Lampiran 8. Uji Heteroskedastisitas		91
Lampiran 9. Uji F (Goodness Of Fit).....		91
Lampiran 10. Uji Regresi Linear Berganda		92
Lampiran 11. Uji T.....		92
Lampiran 12. Uji Koefisien Determinasi (R^2)		93

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran.....	26
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	36
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	37
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji t.....	49
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi (R^2)	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Top Produk Sunscreen Lokal Terlaris 2022.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	18
Gambar 4. 1 Logo Azarine Cosmetic.....	32
Gambar 4. 2 Sunscreen Series.....	34