

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN
SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE MS GLOW***

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh:

HANIFAH KHOIRUNNISA

Nomor Pokok : K.2020.1.35320

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Pemasaran

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANG KUCECWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG
2024**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN
SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE MS GLOW***

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



**Disusun oleh:
HANIFAH KHOIRUNNISA
K.2020.1.35320**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANG KUCECWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG
2024**

SKRIPSI

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW

Oleh :

HANIFAH KHOIRUNNISA

K.2020.1.35320

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

23 Pebruari 2024 dan dinyatakan LULUS




Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 6 Februari 2024



NPK: K. 2020.1.35320

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RINA IRAWATI, SE, MM
NIK : 202.710.292

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari :

Nama : HANIFAH KHOIRUNNISA
NPK : K.2020.1.35320
Program Studi : Manajemen
Alamat :
No. HP :
E-mail :

Menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkececwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari Aesthetic Clinic MS Glow Malang Kota

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, Selasa, 6 Feb 2024
Dosen Pembimbing Skripsi



RINA IRAWATI, SE, MM

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terima kasih kepada Allah SWT, karena berkat kasih dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan pendidikan ini dengan lancar dan penuh warna.
2. Bapak Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D selaku Ketua STIE Malangkuçewara.
3. Ibu Dra. Lindananti, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Rina Irawati S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dan membantu saya selama penelitian tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Terima kasih kepada Mama Diana, Papa Heri, Adek Azwa, Adek Sultan, dan Mami Wartini, yang selalu memberikan dukungan serta doa untuk saya selama proses perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir ini.
6. Terima kasih kepada Ferdi Surya Handoko yang selalu memberikan dukungan, doa, dan menemani saya selama perkuliahan dan tugas akhir ini.
7. Terima kasih kepada Lalalaa Widiid (Neessa, Nafis, Anggun, Dea) yang selalu menemani selama 3,5 tahun masa perkuliahan dan menjadi partner susah dan senang selama penyelesaian tugas akhir ini.
8. Terima kasih kepada Waroeng Om & Om Kopi serta grup P yang menjadi tempat setiap hari saya mengerjakan tugas perkuliahan dan menemani dalam mengerjakan tugas akhir ini.
9. Terima kasih kepada Meylanda dan Dhaniswara yang selalu menjadi partner dalam berbagai informasi dan pengerjaan tugas akhir ini.
10. Terima kasih kepada Pak Endianto dan istri yang menjadi orang tua kedua selama saya tinggal di kos.
11. Terima kasih kepada seluruh dosen pengampu mata kuliah yang telah memberikan ilmu kepada saya selama masa perkuliahan ini.
12. Terima kasih kepada teman-teman Manajemen A 2020 yang telah menjadi partner dalam perkuliahan ini.

Malang, 6 Februari 2024
Penulis,



Hanifah Khoirunnisa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa mengenai pengaruh brand ambassador, brand image, dan social media marketing terhadap keputusan pembelian pada produk skincare MS Glow. Permasalahan dalam penelitian ini adalah terjadinya penurunan penjualan dalam kurun waktu yang singkat akibat adanya perseteruan di jejaring sosial Tiktok. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah Analisis SPSS versi 29 dengan sampel sebanyak 75 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand ambassador, brand image, dan social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: brand ambassador; brand image; social media marketing; keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of brand ambassadors, brand image, and social media marketing on purchasing decisions for MS Glow skincare products. The problem in this research is the decline in sales in a short period of time due to the conflict on the Tiktok social network. This type of research uses quantitative research with. The research method that researchers used was SPSS Analysis version 29 with a sample of 75 respondents. The results of this research show that brand ambassadors, brand image, and social media marketing have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: brand ambassador; brand image; social media marketing; keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya karena atas izin-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow**”. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih terdapat kekurangan - kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

Proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak baik moril maupun materil, terutama kepada Rina Irawati S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing, yang dengan sabar, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi ini.

Malang, 6 Februari 2024

Penulis,



Hanifah Khoirunnisa

DAFTAR ISI

JUDUL.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.i
SURAT KETERANGAN RISET	Error! Bookmark not defined.i
ABSTRAK.....	vi Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.iii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	4
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II Tinjauan Pustaka	6
2.1 Tinjauan Teori	6
2.1.1 Brand Ambassador	6
2.1.2 Brand Image	Error! Bookmark not defined.2
2.1.3 Social Media Marketing	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Model Konseptual.....	24
2.4 Pengembangan Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel	27
3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran.....	28
3.3.1 Variabel	28
3.3.2 Operational	29
3.3.3 Skala Pengukuran	30
3.4 Metode Analisis Data.....	31

3.4.1 Intrumen Penelitian	31
3.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.4.3 Uji Hipotesis.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	35
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.1.3 Produk Perusahaan.....	36
4.2 Deksripsi Karakteristik Responden	37
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
4.4 Pengujian Instrumen	45
4.4.1 Uji Validitas.....	45
4.4.1 Uji Reliabilitas	46
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.5.1 Uji Normalitas.....	47
4.5.2 Uji Multikolineritas	48
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	49
4.5.4 Uji Linearitas	49
4.5.5 Pengujian Hipotesis	51
4.6 Pembahasan.....	54
4.6.1 Pengaruh Brand Ambassador.....	54
4.6.2 Pengaruh Brand Image	55
4.6.3 Pengaruh Social Media Marketing	55
4.6.4 Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Social Media Marketing	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Kontribusi Penelitian	60
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	60
5.4 Saran - Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nama Selebriti	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	29
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	29
Tabel 4.1 Produk MS Glow	36
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Menurut Usia	44
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Menurut Jangka Waktu Pemakaian.....	44
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Brand Ambassador	39
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Brand Image.....	41
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Social Media Marketing	42
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolineritas	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas	49
Tabel 4.14 Hasil Linearitas Brand Ambassador dengan Keputusan Pembelian..	50
Tabel 4.15 Hasil Linearitas Brand Image dengan Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.16 Hasil Linearitas Social Media Marketing dengan Keputusan P	51
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Kolerasi.....	52
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	52
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Skincare Terlaris Dari Top 10 Brand Lokal	1
Gambar 2.1 Model Konseptual	24
Gambar 4.1 Logo MS Glow.....	35
Gambar 4.2 Aplikasi Skin Analyzer MS Glow.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Kuisioner	66
--	----

