

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Konsumen Kosmetik Produk Azarine)

***THE INFLUENCE OF AMBASSADOR BRAND, BRAND IMAGE, AND WORD OF  
MOUTH ON PURCHASING DECISIONS***

*(Study on Consumers of Azarine Cosmetic Products)*

**SKRIPSI**



Disusun oleh:

**ANNISA DEVI NUR AINI 20210410045**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA 2024**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Annisa Devi Nur Aini

Nomor Mahasiswa : 20210410045

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Sektor Industri Kosmetik Produk Azarine)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 26 Oktober 2024

Penulis



Annisa Devi Nur Aini

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, tuhan pemilik jiwa dan semesta alam yang telah memberikan rahmat, hidayah, karunia dan kesehatan sehingga saya masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Saya bangga atas keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tepat waktu walaupun masih jauh dari kata sempurna. Telah banyak waktu yang saya korbankan untuk menyelesaikan skripsi ini, maka saya sangat mengapresiasi diri saya atas keberhasilan ini.

Maka dengan ini kupersembahkan skripsi ini untuk:

1. Ibuk dan Bapak tercinta. Terimakasih atas kasih sayang, semangat, motivasi untuk segera menyelesaikan kuliah serta doa yang selalu mengalir di setiap sujud kalian.
2. Mbakku Novia Elsa Pradita, terimakasih telah menjadi perempuan hebat dan selalu memberikan dukungan. Sukses selalu dalam mengembangkan bisnis kita mbk!
3. Keluarga Besar Hadi Suwarno yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, terimakasih untuk doa, nasehat, dan semangatnya selama ini.
4. Semua teman-temanku Manajemen 2021.

Kepada semua teman, sahabat, saudara yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, saya persembahkan skripsi ini untuk kalian.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan kegiatan penelitian dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kosmetik Produk Azarine)” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis telah melalui proses panjang dengan penuh kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk menyatakan hasil berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan hasil sebenar-benarnya.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak luput dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu penulis dalam proses penelitian ini kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yahya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memberikan kelancaran studi bagi penulis.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendukung proses penyelesaian skripsi.
3. Ibu Fauziah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta ilmu selama penyelesaian skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi.
5. Keluarga yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Teman-teman jurusan Manajemen 2021 yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

7. Semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata, penulis menyadari akan berbagai kekurangan atau ketidaksempurnaan dari skripsi, yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan penulis, untuk itu berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 26 Oktober 2024



Annisa Devi Nur Aini

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL .....                                   | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                             | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                              | iii  |
| PERNYATAAN .....                                      | iv   |
| INTISARI .....  | vii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                 | viii |
| KATA PENGANTAR .....                                  | ix   |
| DAFTAR ISI .....                                      | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                                    | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                                   | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                               | 1    |
| A. Latar Belakang Penelitian .....                    | 1    |
| B. Pertanyaan Penelitian .....                        | 11   |
| C. Tujuan Penelitian .....                            | 12   |
| D. Manfaat Penelitian .....                           | 12   |
| BAB II LANDASAN TEORI .....                           | 13   |
| A. Landasan Teori .....                               | 13   |
| 1. Keputusan Pembelian .....                          | 13   |
| 2. <i>Brand Ambassador</i> .....                      | 14   |
| 3. <i>Brand Image</i> .....                           | 16   |
| 4. <i>Word of Mouth</i> .....                         | 18   |
| B. Penelitian Terdahulu .....                         | 21   |
| C. Pengembangan Hipotesis .....                       | 26   |
| D. Model Penelitian .....                             | 31   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                       | 32   |
| A. Pendekatan Penelitian .....                        | 32   |
| B. Objek dan Subjek Penelitian .....                  | 32   |
| C. Jenis Data .....                                   | 32   |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....                      | 33   |
| E. Teknik Pengambilan Sampel .....                    | 33   |
| F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel ..... | 34   |
| G. Uji Kualitas Instrumen .....                       | 43   |

|  |    |
|--|----|
| H. Analisis Data .....                                   | 43 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....             | 46 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....                   | 46 |
| B. Gambaran Umum Subjek Penelitian .....                 | 47 |
| C. Karakteristik Responden .....                         | 48 |
| D. Uji Kualitas Instrumen .....                          | 51 |
| E. Analisis Data .....                                   | 54 |
| F. Pembahasan.....                                       | 63 |
| BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN ..... | 66 |
| A. Simpulan .....  | 66 |
| B. Keterbatasan Penelitian .....                         | 67 |
| C. Saran .....   | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                     | 70 |
| LAMPIRAN .....   | 80 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....                                       | 21 |
| Tabel 3.1 Skala Likert .....   | 34 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional .....   | 35 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                | 48 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                          | 48 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....          | 49 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                    | 49 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Bulanan..... | 50 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili/Daerah Asal.....          | 50 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas variabel Brand Ambassador (X1) .....               | 51 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas variabel Brand Image (X2).....                     | 52 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas variabel Word of Mouth (X3).....                   | 52 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas variabel Keputusan Pembelian(Y).....              | 53 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....   | 54 |
| Tabel 4.12 Interpretasi Nilai Kelas Interval.....                                | 55 |
| Tabel 4.13 Statistik Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> .....                    | 55 |
| Tabel 4.14 Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> .....                         | 56 |
| Tabel 4.15 Statistik Deskriptif <i>Word of Mouth</i> .....                       | 57 |
| Tabel 4.16 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....                        | 58 |
| Tabel 4.17 Analisis Regresi Linear Berganda.....                                 | 59 |
| Tabel 4.18 Koefisien Determinasi .....   | 61 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Penjualan Tertinggi Kosmetik ..... | 4  |
| Gambar 2.1 Model Penelitian.....              | 31 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |    |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....                 | 81 |
| Lampiran 2 Deskripsi Variabel.....                    | 92 |
| Lampiran 3 Kualitas Instrumen .....                   | 92 |
| A. Hasil Uji Validitas .....                          | 94 |
| B. Hasil Uji Reliabilitas .....                       | 95 |
| Lampiran 4 Hasil Output Regresi Linear Berganda ..... | 96 |
| 1. Hasil Analisis Regresi Berganda .....              | 96 |
| 2. Hasil Variabel Paling Dominan .....                | 96 |
| 3. Hasil Koefisien Determinasi.....                   | 96 |
| 4. Hasil Uji F (Simultan).....                        | 97 |
| 5. Uji t (Uji Hipotesis).....                         | 97 |