

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen S1

HANA FAYRUZ
2002010235

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

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH* (EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SCARLETT WHITENING
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

HANA FAYRUZ

2002010235

Diperiksa dan Disetujui Oleh :
Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Arini Hidayah', is positioned above the printed name.

Arini Hidayah, S.E., M.Si

NIK. 2160341

HALAMAN PENGESAHAN

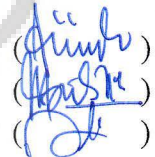
Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Hana Fayruz
NIM : 2002010235
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : ***Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Purwokerto).***

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Serjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Arini Hidayah, S.E., M.Si
Anggota 1 : Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc., CFP
Anggota 2 : Meydy Fauziridwan, S.M.B., MM
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 25 Januari 2024



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoe. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hana Fayruz
NIM : 2002010235
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Hana Fayruz

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hana Fayruz
NIM : 2002010235
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING**

(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Bersama perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan hal bebas Royalti Non Ekklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : Januari 2024

menyatakan,



Hana Fayruz

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS : AL BAQARAH : 286)

“Man Jadda Wajada”

-SRIKPSI-



PERSEMBAHAN

Dengan Mengucap Bismillah Dan Syukur, Kupersembahkan Skripsi Ini

Kepada:

Kedua Orang tua ku Bapak Prayitno dan Ibu Haris Ika Wahyuni tercinta sebagai tanda rasa syukur, sayang, bakti, hormat, motivasi dan Do'a yang telah diberikan selama ini. Terima kasih atas doa, nasihat, serta kerja keras kalian yang tidak pernah berhenti mengalir. Karna Do'a yang diberikan oleh orang tua ku lebih tinggi dari langit, lebih luas dari bumi dan aku selalu berlindung didalamnya. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi bukti kebanggaan dan hadiah kecil untuk menghargai segala bimbingan dan kasih sayang yang selalu kalian berikan. Saya bersyukur memiliki orang tua sepertimu, dan semoga kesuksesan ini menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih cerah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening*”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Terselesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat serta karunia-Nya yang tidak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Drs. Suyoto, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
5. Ibu Arini Hidayah, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga

penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya sesuai dengan apa yang diharapkan.

6. Ibu Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc., CFP selaku dosen penguji I dan Bapak Meydy Fauziridwan., S.M.B., MM selaku penguji II yang telah memberikan saran yang membangun sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
7. Bapak Alfato Yusnar, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dan membimbing selama di bangku perkuliahan.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan tenaga selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan.
9. Kedua orangtua tercinta Bapak Prayitno dan Ibu Haris Ika Wahyuni. Terimakasih untuk segala cinta, kasih sayang, dukungan dan do'a yang tak kunjung henti hingga kini, esok dan selamanya.
10. Kepada Saudara laki – laki ku, Hafizh Dhiyaulhaq dan Saudari perempuan ku Thalita Najla. Terimakasih atas segala dukungan, do'a dan selalu memberi semangat yang tiada hentinya.
11. Kepada Anggi, Azizah, Chintia, Unik dan teman-teman yang lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terimakasih telah kebersamai dalam masa perkuliahan serta selalu memberikan motivasi, dukungan selama proses penulisan skripsi ini hingga selesai.

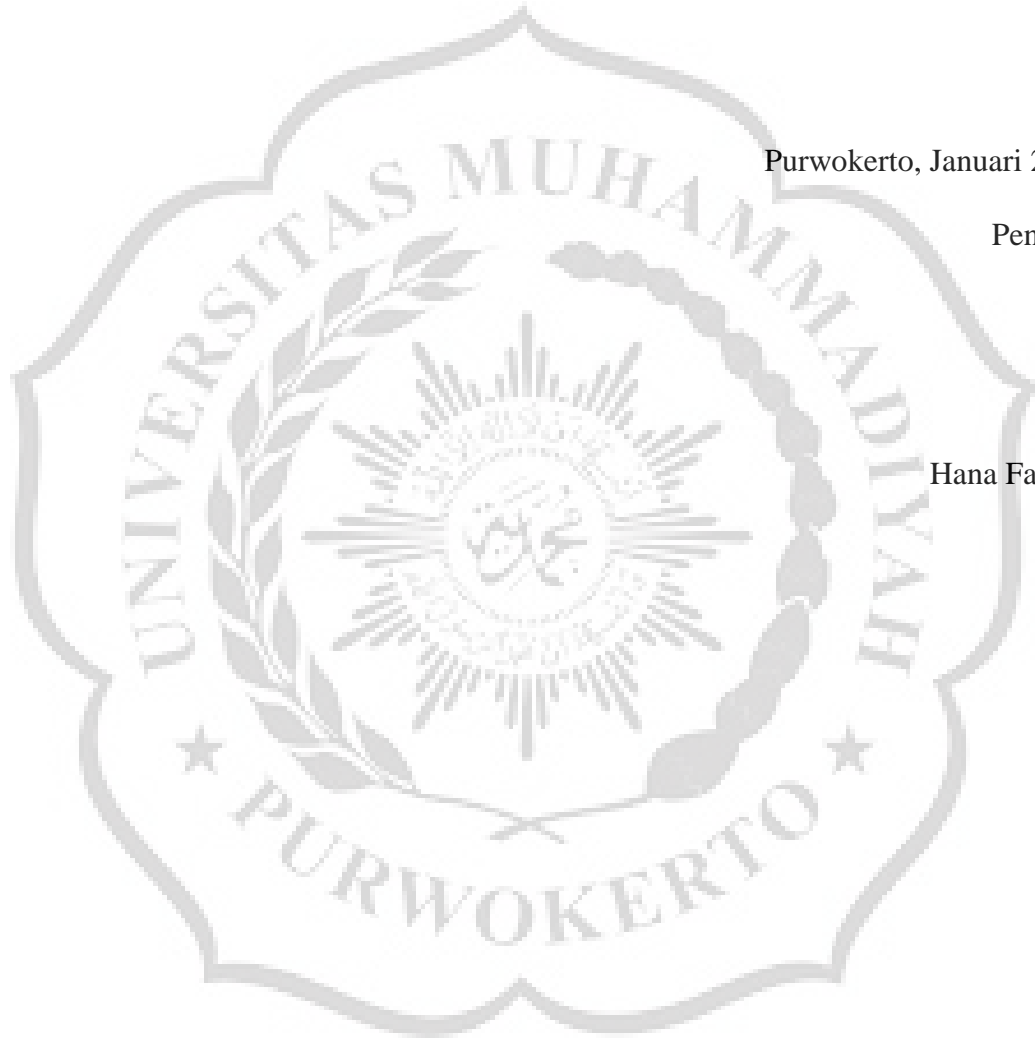
Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis berdo'a semoga pihak – pihak yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis, menjadi amal ibadah

dengan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Tentunya skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Besar harapan penulis akan karya yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pembaca. Aamiin.

Purwokerto, Januari 2024

Penulis,

Hana Fayruz



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

Hana Fayruz¹, Arini Hidayah²

Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis ⁽¹⁾⁽²⁾

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

[¹hanafayruz27@gmail.com](mailto:hanafayruz27@gmail.com)

[²arinihidayah77@gmail.com](mailto:arinihidayah77@gmail.com)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, *brand image* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *quota sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 110 responden. Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu uji regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *brand ambassador*, *brand image* dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : *Brand Ambassador*, *Brand Image*, *Electronic Word of Mouth*,
Keputusan Pembelian.**

THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADORS, BRAND IMAGE, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) ON PRODUCT PURCHASING DECISIONS SCARLETT WHITENING PRODUCTS

(Study on students of Muhammadiyah Purwokerto University)

Hana Fayruz¹, Arini Hidayah²

Management Study Program, Faculty of Economics and Business (1)(2)

University of Muhammadiyah Purwokerto

[¹hanafayruz27@gmail.com](mailto:hanafayruz27@gmail.com)

[²arinihidayah77@gmail.com](mailto:arinihidayah77@gmail.com)

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand ambassadors, brand image, and electronic word of mouth on purchasing decisions for Scarlett Whitening products. The sample selection in this study used quota sampling. The sample of this study was 110 respondents. The research method in this study is multiple linear regression tests. Based on the results of the study, shows that partially the brand ambassador, brand image and electronic word-of-mouth variables have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Electronic Word of Mouth, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

Contents

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. LANDASAN TEORI.....	13
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i>	13
2. Perilaku Konsumen.....	15
3. Keputusan Pembelian.....	16
4. <i>Brand Ambassador</i>	21
5. <i>Brand Image</i>	23
6. <i>Electronic Word of Mouth</i>	25
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	28

C. Kerangka Pemikiran.....	34
D. Hipotesis.....	38
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	39
C. Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	44
D. Variabel Penelitian.....	45
E. Definisi Operasional.....	46
F. Metode Analisis Data.....	48
BAB IV.....	58
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Hasil Penelitian.....	58
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	58
2. Response Rate.....	59
3. Gambaran Umum Responden.....	60
4. Analisis Statistik Deskriptif.....	64
5. Uji Instrument Data.....	73
6. Uji Asumsi Klasik.....	77
8. Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	88
B. Pembahasan.....	88
1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian ...	89
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian ⁹²	
BAB V.....	96
PENUTUP.....	96
A. Simpulan.....	96
B. Keterbatasan Penelitian.....	96
C. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3 1 Jumlah Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.....	40
Tabel 3 2 Jumlah Sampel Penelitian	43
Tabel 3 3 Instrumen Skala Likert's.....	45
Tabel 3 4 Instrumen Penelitian	46
Tabel 4 1 Response Rate.....	59
Tabel 4 2 Distribusi Frekuensi Usia.....	60
Tabel 4 3 Distribusi Frekuensi Fakultas.....	61
Tabel 4 4 Distribusi Frekuensi Uang Saku	63
Tabel 4 5 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	64
Tabel 4 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Brand Ambassador	65
Tabel 4 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Brand Image	67
Tabel 4 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Electronic Word of Mouth	69
Tabel 4 9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4 10 Hasil Uji Validitas Brand Ambassador	73
Tabel 4 11 Hasil Uji Validitas Brand Image	74
Tabel 4 12 Hasil Uji Validitas Electronic Word of Mouth	75
Tabel 4 13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 4 14 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4 15 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 4 17 Hasil Uji Multikolinieritas	79

Tabel 4 18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	80
Tabel 4 19 Hasil Uji Kecocokan Model.....	82
Tabel 4 20 Hasil Uji F (Goodness of Fit).....	83
Tabel 4 21 Rekapitulasi Hasil Penelitian	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Penjualan Produk Kecantikan Lokal	2
Gambar 1 2 Data Penjualan Scarlett Whitening Tahun 2022-2023.....	3
Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3 1 Kriteria Pengujian Hipotesis Pertama Uji T.....	55
Gambar 3 2 Kriteria Pengujian Hipotesis Kedua Uji T	56
Gambar 3 3 Kriteria Pengujian Hipotesis Ketiga Uji T	57
Gambar 4 1 Kurva Uji T Hipotesis Pertama	85
Gambar 4 2 Kurva Uji T Hipotesis Kedua.....	86
Gambar 4 3 Hasil Uji T Hipotesis Ketiga.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 2 Data Deskripsi Responden.....	115
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif Responden.....	122
Lampiran 4 Data Kuesioner	124
Lampiran 5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	133
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	136
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	143
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	144
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Berganda & Uji t.....	146
Lampiran 10 Uji Kecocokan Model.....	146
Lampiran 11 Uji F (Goodness of Fit).....	146
Lampiran 12 R Tabel	147
Lampiran 13 F Tabel.....	149
Lampiran 14 T Tabel.....	150
Lampiran 15 Surat Keterangan Lolos Turnitin	151