

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK WARDAH DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**NURUL HASANAH**  
**20012010337/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2024**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK WARDAH DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**NURUL HASANAH  
20012010337/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK WARDAH DI KOTA SURABAYA**

**Disusun Oleh :**

**NURUL HASANAH**  
**20012010337 / FEB / EM**

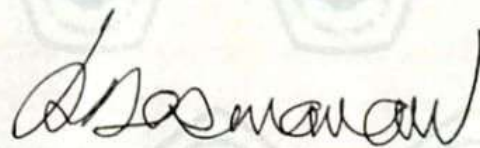
**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 3 Juli 2024**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si**  
**NIP. 196901132021212003**

**Pembimbing Utama**



**Rizky Dermawan, S.E., M.M.CDM**  
**NIP.197210042001121001**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP**  
**NIP. 196304201991032001**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Nurul Hasanah

N P M : 20012010337

N I K : 3529016802030001

Tempat / Tgl Lahir : Sumenep, 23 Februari 2003

Alamat Rumah : Jl. Kerapu No.01

Judul Artikel : Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap  
Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah di Kota Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dan bukan dari saduran / terjemahan / plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme, maka saya bersedia apabila kelulusan dan gelar akademik yang sudah saya raih dibatalkan.

Surabaya, 3 Juli 2024

Yang menyatakan,



Nurul Hasanah  
NPM. 20012010337

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuni-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan juga salam senantiasa tercurah kepada Junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW. Penyusun skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat-syarat untuk penyelesaian program studi pendidikan strata satu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur dengan judul **"PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK WARDAH DI KOTA SURABAYA"**. Penulis menyadari mengenai penulisan ini tidak bisa terselesaikan tanpa pihak - pihak yang mendukung baik secara morial dan materil. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan skripsi ini. Saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Rizky Dermawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi Utama yang telah membimbing dengan telaten dan memberikan arahan dalam penyusunan usulan penelitian ini.
3. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur yang telah membagikan ilmu dan wawasan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.

4. Kedua Orang Tua, Mbak Lia dan Lutfi yang sangat berjasa untuk memberikan semangat, motivasi & kekuatan agar penelitian ini selesai.
5. Boy, Dini, Rosa, Mafta, Wulan & Ziaah yang menjadi teman selama masa perkuliahan dan penelitian berlangsung yang telah membantu memberikan semangat.
6. Diri sendiri yang telah semangat bertahan dan berjuang untuk penelitian ini selesai.
7. Serta semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang mendasar pada skripsi ini. Oleh karena itu penulis berharap kepada pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang membangun untuk penyempurnaan kedepannya. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya teman-teman di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya 18 April 2024

Nurul Hasanah

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Manfaat Penelitian .....	17
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	17
1.4.2 Manfaat Praktis .....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>18</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
2.2 Tinjauan Teori.....	19
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.4 Pengertian Brand Ambassador .....	22
2.2.4 Pengertian Brand Image .....	23
2.2.5 Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.1 Hubungan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian .....	26
2.3.2 Hubungan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.4 Kerangka Konseptual.....	28

2.5 Hipotesis Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.1.1 Definisi Operasional.....	30
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	31
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	32
3.2.1 Populasi Penelitian .....	32
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.3.1 Jenis Data .....	33
3.3.2 Sumber Data.....	33
3.3.3 Metode Pengambilan Data .....	34
3.4 Teknik Pengujian Instrumen.....	34
3.4.1 Uji Validitas .....	34
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.5 Teknis Analisis dan Uji Hipotesis .....	35
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	35
3.5.2 Model Indikator.....	36
3.5.6 Asumsi PLS.....	44
3.5.7 Ukuran Sampel.....	45
<b>BAB IV METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	46
4.1.1 Profil Perusahaan.....	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	47



4.2.1 Data Karakteristik Responden .....	47
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	48
4.3 Interpretasi Hasil PLS .....	55
4.3.1 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator) .....	55
4.3.2 Analisis Model PLS .....	60
4.3.3 Evaluasi Inner Model .....	60
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	61
4.4. Pembahasan .....	62
4.4.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian .....	62
4.4.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian .....	63
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia Tahun 2010-2023.....	2
<b>Gambar 1.2</b> Piramida Pertumbuhan Penduduk Kota Surabaya Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2022-2032.....	3
<b>Gambar 1.3</b> Penghargaan LPPOM MUI 2023.....	4
<b>Gambar 1.4</b> Data Penjualan Wardah 2020.....	5
<b>Gambar 1.5</b> Data Penjualan Wardah 2021.....	6
<b>Gambar 4.1</b> Outer Model Dengan Factor Loading, Path Coefficient & R-Square....	60

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1</b> Bobot Skala Pengukuran.....	31
<b>Tabel 4.1</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
<b>Tabel 4.3</b> Hasil Jawaban Responden Mengenai Brand Ambassador (X1).....	49
<b>Tabel 4.4</b> Hasil Jawaban Responden Mengenai Brand Image (X2) .....	51
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y) .....	53
<b>Tabel 4.6</b> Outer Loading (Mean,STDEV,T-Values) .....	55
<b>Tabel 4.7</b> Cross Loading.....	57
<b>Tabel 4.8</b> Average Variance Extracted (AVE).....	57
<b>Tabel 4.9</b> Composite Reliabilty.....	58
<b>Tabel 4.10</b> Latent Variable Correlations.....	59
<b>Tabel 4.11</b> R-Square.....	61
<b>Tabel 4.12</b> Path Coefficients.....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Kuesioner Penelitian.....	70
<b>Lampiran 2</b> Tabulasi Data.....	75
<b>Lampiran 3</b> Hasil Olah Data PLS.....	76

# **PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK WARDAH DI KOTA SURABAYA**

**Oleh :**

**NURUL HASANAH**  
**20012010337 / FEB/ EM**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah di Kota Surabaya baik pengaruh secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Wardah di Surabaya yaitu berusia minimal 17 tahun yang telah melakukan minimal pembelian dan menggunakan produk. Sampel penelitian ini berjumlah 96 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* atau teknik pengambilan sampel dengan kriteria-kriteria tertentu.

Pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner sebagai sumber data primer penelitian. Sedangkan teknik pengolahan data yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Brand Ambassador berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Brand Image berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci : *Brand Ambassador, Brand Image, Keputusan Pembelian***