

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN MAHASISWI  
(STUDI PADA PRODUK SKINCARE AVOSKIN)**

**Skripsi :**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen**

**(S1)**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Aulia Laras Permata**

**NPM: 18 03 24471**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN MAHASISWI  
(STUDI PADA PRODUK SKINCARE AVOSKIN)**



**Disusun oleh:**

**Aulia Laras Permata**

**NPM: 18 03 24471**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing,**

**15 September 2023**



**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

## HALAMAN PENGESAHAN

### PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN MAHASISWI (STUDI PADA PRODUK *SKINCARE AVOSKIN*)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

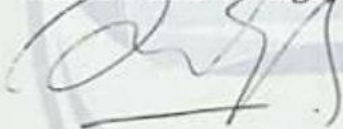
**Aulia Laras Permata**

**NPM: 18 03 24471**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 13 Oktober 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)  
Program Studi Manajemen.

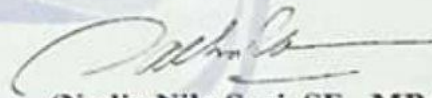
#### SUSUNAN PANITIA PENGUJI

**Ketua Panitia Penguji**

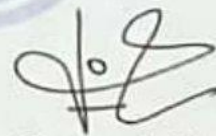


(Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.)

**Anggota Panitia Penguji**



(Nadia Nila Sari, SE., MBA.)



(Api Adyantari, SA., MBA.)

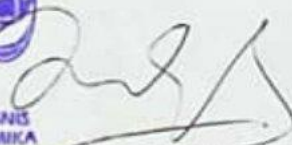
Yogyakarta, 30 Oktober 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA



(Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.)

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN MAHASISWI  
(STUDI PADA PRODUK SKINCARE AVOSKIN)**

Merupakan hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini didalam catatan dan daftar pustaka. Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagai atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 September 2023

Yang menyatakan,



Aulia Laras Permata

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dari awal sampai akhir yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador*, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin di Kalangan Mahasiswa”. Tujuan penelitian ini dilakukan sebagai pemenuhan salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada proses penulisan skripsi ini, pengerjaannya tidak terlepas dari beberapa pihak yang memberikan dukungan dalam memperlancar prosesnya, baik berupa motivasi, semangat serta doa. Peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah dan karunia-Nya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dari awal pengerjaan hingga sampai akhir
2. Kepada Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA. sebagai pembimbing yang memberikan dukungan serta memberikan waktunya untuk membimbing peneliti selama proses dalam menyelesaikan skripsi
3. Kepada kedua orang tua, Bapak Maulana Sulistyawan S.E dan Lanny Yuniawati S.E dan adik-adik saya Ina Desirra Sukma, Afar Ramdhan Sukmana dan Ian Cahya Putra Sukmana yang selalu mendoakan, mendukung, memberikan semangat, motivasi, serta mengorbankan segalanya demi keberhasilan penulis.

4. Kepada Alin, Devina, Cindy, Katarina dan Michelle sahabat yang menemani selama proses perkuliahan.
5. Kepada Emilia Cindy, Shella Feby dan Kyla Ranita teman SMA yang juga selalu memberi semangat dan dukungan untuk dapat menyelesaikan skripsi.
6. Kepada Reza Achmad Fahrozi yang selalu sabar dan memberikan dukungan serta memotivasi penuh dalam segala hal selama proses perkuliahan maupun saat pengerjaan skripsi.

Demikian kata pengantar yang dapat peneliti sampaikan untuk pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam setiap proses yang sudah dilalui. Semoga skripsi yang telah dibuat oleh peneliti dapat berguna bagi pembaca dan teman-teman mahasiswa. Peneliti menyadari adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini, apabila terdapat kritik dan saran yang bersifat membangun akan diterima oleh peneliti. Terima kasih atas seluruh dukungan oleh pihak-pihak yang disebutkan oleh peneliti diatas.

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“Great things are not done by impulse, but by a series of small things brought together”*

-Vincent Van Gogh-

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

Semua yang selama ini selalu memberikan dukungan kepada penelitian.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>SKRIPSI</b>	
.....	Error
! Bookmark not defined.	
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Permasalahan Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
a. Manfaat Praktis .....	11
b. Manfaat Teoritis.....	11
1.5 Sistematika Penulisan Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Kajian Literatur .....	13
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i> .....	13
2.1.2 Citra Merek.....	16
2.1.3 Harga .....	18



2.1.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.3.1 Pengaruh Keahlian <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.4 Model Penelitian.....	31
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	32
3.2.1 Objek Penelitian.....	32
3.2.2 Subjek Penelitian.....	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.6 Metode Pengujian Instrumen.....	39
3.6.1 Uji Validitas.....	39
3.6.1.1 Hasil Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.6.2.1 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
3.7 Metode Analisis Data.....	42
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	42

3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
3.7.3 Uji F .....	44
3.7.4 Uji T .....	44
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) ( $R^2$ ) .....	45
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Statistik Deskriptif .....	46
4.1.1 Hasil filter responden .....	47
4.1.2 Nilai rata-rata, Min, Maks dan Standart Deviasi .....	47
4.2 Analisis Data .....	48
4.2.1 Uji Regresi Linier Berganda .....	48
4.3. Pembahasan.....	51
4.3.1 Pengaruh Variabel Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian .....	51
4.3.2 Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	52
4.3.3 Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	52
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Implikasi Manajerial.....	55
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	55
5.4 Saran Penelitian Ke Depan .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR GAMBAR

	<b>HALAMAN</b>
Gambar 1.1 Daftar produk skincare di indonesia.....	2
Gambar 1.2 Brand skincare local terlaris di e-commerce (compass.co.id) .....	5
Gambar 2.1 Modal Penelitian (Ramadhanti, 2021).....	31

## DAFTAR TABEL

	<b>HALAMAN</b>
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu..... 21
Tabel 3.1	Definisi operasional..... 36
Tabel 3.2	Hasil uji validitas..... 39
Tabel 3.3	Hasil uji reliabilitas..... 40
Tabel 3.4	Kategori interval kelas..... 41
Tabel 4.1	Nilai rata-rata, min, maks dan standart deviasi..... 46
Tabel 4.2	Hasil regresi linier pengaruh brand ambassador, Citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian..... 47

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN MAHASISWI  
(STUDI PADA PRODUK SKINCARE AVOSKIN)**

**Disusun Oleh :  
Aulia Laras Permata  
NPM : 18 03 24471**

**Pembimbing  
Nadia Nila Sari,**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Brand Ambassador*, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian yang digunakan dengan metode pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sample menggunakan metode *purposive sampling* dengan mengumpulkan sample sebanyak 150 responden dibagikan secara *online* melalui *google form* yang memiliki kriteria mahasiswi yang berumur diatas 17 tahun, mahasiswi yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk Avoskin, mahasiswi yang mengetahui dan pernah melihat *brand ambassador* Refal Hady yang digunakan oleh produk Avoskin.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda diketahui bahwa variabel *brand ambassador*, citra merek dan harga berpengaruh positif dengan taraf signifikansi  $p > 0,05$  yang mengartikan bahwa signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : *Brand ambassador*, Citra merek, Harga, Keputusan pembelian**