

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE MS GLOW* DI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



Disusun Oleh :

Arifatul Hasanah

18.104.11.120

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arifatul Hasanah

NIM : 1810411120

Program Studi : Ekonomi Manajemen dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW DI KABUPATEN JEMBER**, adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Belum pernah diajukan kepada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia menerima sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum. Jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 14 Juli 2022

Yang menyatakan



Arifatul Hasanah

NIM 1810411120

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE MS GLOW* DI
KABUPATEN JEMBER

Oleh : Arifatul Hasanah

18.104.11.120

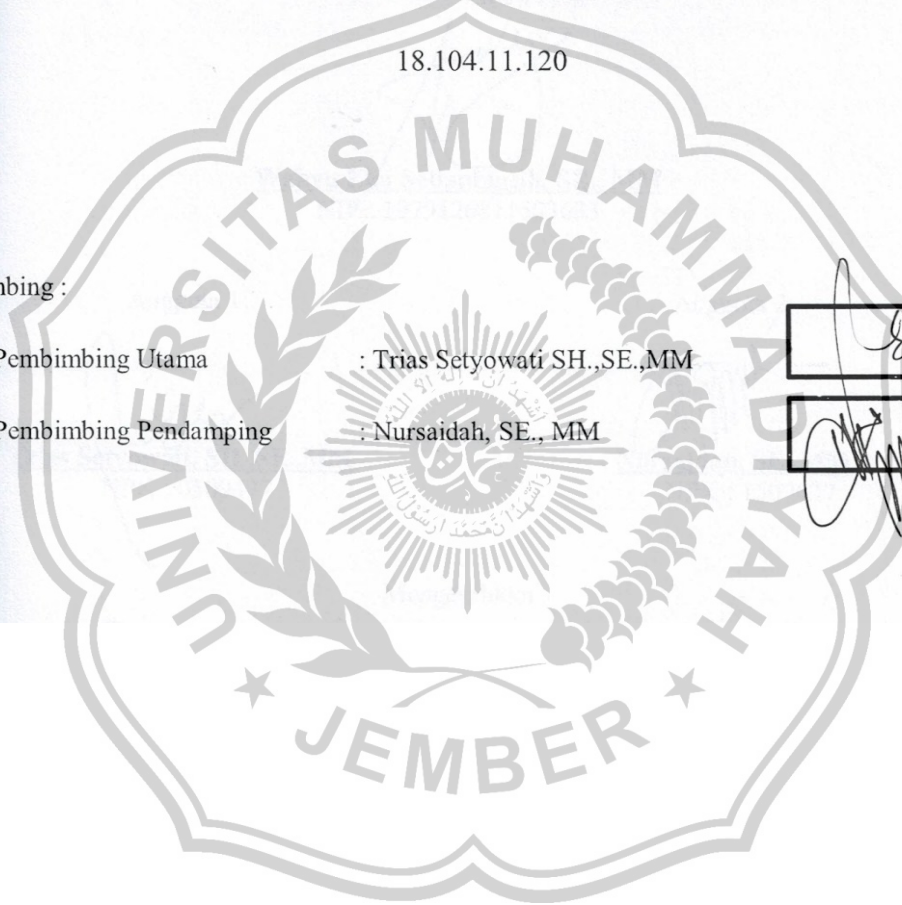
Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Trias Setyowati SH.,SE.,MM

Dosen Pembimbing Pendamping

: Nursaidah, SE., MM



PENGESAHAN

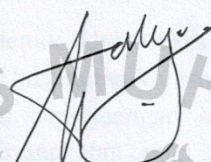
Skripsi berjudul : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare MS Glow* Di Kabupaten Jember, telah di uji dan di sahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 14 Juli 2022

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

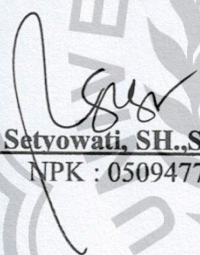
Tim Penguji,



Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM

NIP : 1979120811503633

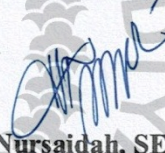
Anggota 1,



Trias Setyowati, SH., SE., MM

NPK : 0509477

Anggota 2,



Nursaidah, SE., MM

NPK : 1509637

Mengesahkan :

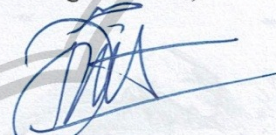
Dekan,



Maheni Ika Sari, SE., MM

NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,



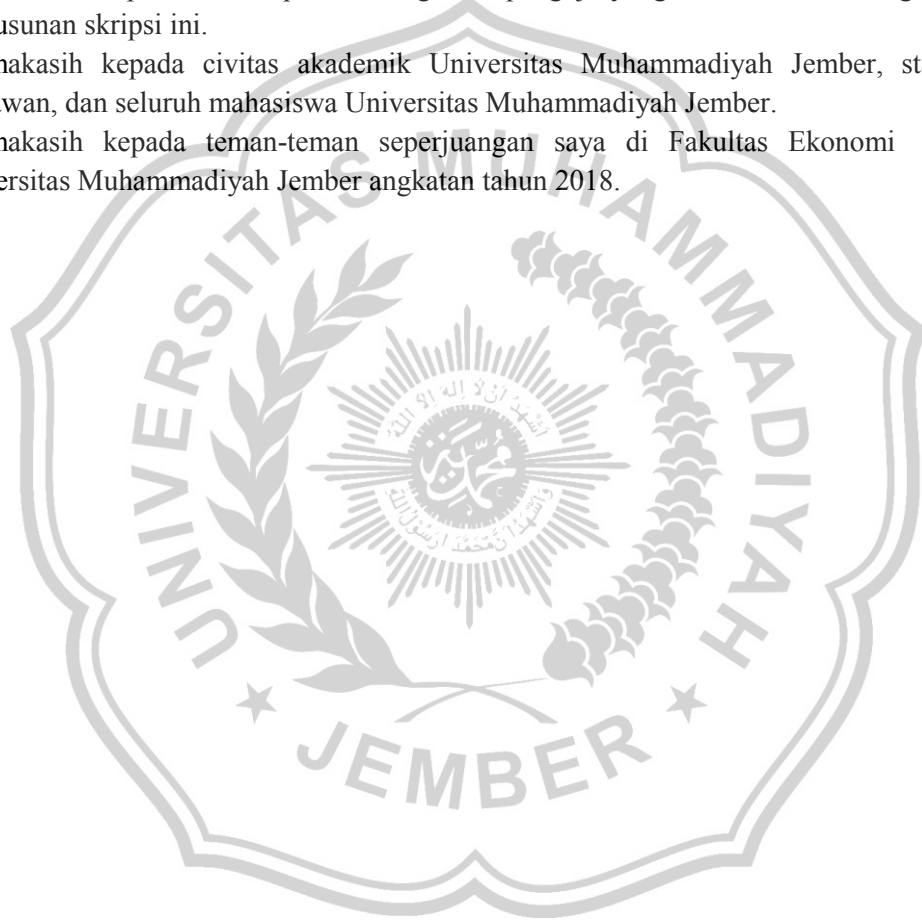
Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM

NIP : 1986051411703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah terlibat dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Terimakasih kepada orang tua, dan juga keluarga besar saya yang telah setia menemani, membimbing, menasehati, mendukung, dan mendoakan saya.
3. Terimakasih kepada dosen pembimbing dan penguji yang telah membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Terimakasih kepada civitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, staf pengajar, karyawan, dan seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember angkatan tahun 2018.



MOTTO

Karena sesungguhnya, setelah kesulitan akan ada kemudahan." (QS. Al Insyirah: 5)

"Kerja keras ada di balik mimpi yang besar. Iringi kerja keras itu dengan untaian doa pada Sang Pencipta karena tidak ada satu pun dapat terjadi kecuali atas kehendak dan rida-Nya."

Whatever you are, be a good one

“Apapun Dirimu, Jadilah Yang Terbaik”



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare MS Glow* di Kabupaten Jember.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE.,MM selaku ketua program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Wahyu Eko Setianingsih, SE.,MM selaku dosen penguji utama
4. Ibu Trias Setyowati, SH.,SE.,MM selaku dosen pembimbing 1 dan
5. Ibu Nursaidah, SE.,MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.
7. Kedua orang tua dan juga keluarga besar saya yang telah memberikan doa, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas.
8. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan dukungan dan semangat.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan-kekurangan didalamnya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi para pembaca.

Jember, 14 Juli 2022



Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.4 Jenis- Jenis Keputusan Pembelian.....	9
2.1.4.1 Brand Ambassador.....	10
2.1.4.2 Brand Image (Citra Merek).....	12
2.1.4.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	12
2.1.4.2.2 Dimensi Citra Merek.....	14
2.1.4.2.3 Faktor- Faktor Pembentuk Citra Merek.....	14
2.1.4.3 Product Quality (Kualitas Produk).....	15
2.1.4.3.1 Pengertian <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk).....	15
2.1.4.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	15
2.1.4.3.3 Dimensi Kualitas Produk.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Konseptual.....	20
2.4 Hipotesis Penelitian.....	20
2.4.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
BAB 3.....	23
METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Identifikasi Variabel.....	23
3.1.1 Variabel <i>Independen</i> /Bebas.....	23
3.1.2 Variabel <i>Dependen</i> /Terikat.....	23

3.2	Definisi Operasional Variabel.....	23
3.2.1	Brand Ambassador (X1).....	23
3.2.2	Brand Image (X2).....	23
3.2.3	Product Quality (X3).....	24
3.2.4	Keputusan Pembelian (Y).....	24
3.3	Desain Penelitian.....	24
3.3.1	Populasi dan Sampel.....	24
3.3.1.1	Populasi.....	24
3.3.1.2	Sampel.....	25
3.4	Jenis data.....	25
3.4.1	Data Sekunder.....	25
3.4.2	Data Primer.....	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6	Teknik Analisi Data.....	26
3.6.1	Uji Instrumen Data.....	26
3.6.1.1	Uji Validitas.....	26
3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	27
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	27
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	27
3.6.3.2	Uji Multikolinearitas.....	28
3.6.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	28
3.6.4	Uji Hipotesis.....	28
3.6.4.1	Uji t.....	28
3.6.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	29
BAB 4	30
HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
4.1.1	Sejarah Perusahaan Skincare MS Glow.....	30
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan Skincare MS Glow.....	30
4.1.3	Logo MS Glow.....	31
4.1.4	Daftar Produk dan Harga.....	31
4.2	Deskripsi Statistik Responden.....	33
4.2.1	Identitas Responden.....	33
4.3	Analisis Deskriptif Hasil Pernyataan Responden.....	34
4.3.1	Deskripsi Variabel Brand Ambassador.....	34
4.3.2	Deskripsi Variabel Brand Image.....	36
4.3.3	Deskripsi Variabel Product Quality.....	38
4.4	Analisis Data.....	41
4.4.1	Uji Instrumen Data.....	41
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.4	Uji Hipotesis.....	46
4.5	Pembahasan.....	47
4.5.1	Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.5.2	Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.5.3	Pengaruh Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian.....	50

BAB 5	52
KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Nama Selebriti Sebagai Brand Ambassador	3
Tabel 2. 1 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4. 1 Katalog Harga MS Glow	32
Tabel 4. 2 Data Responden Menurut Jenis Kelamin	33
Tabel 4. 3 Data Responden Menurut Usia	33
Tabel 4. 4 Data Responden Menurut Pekerjaan	34
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Brand Ambassador MS Glow Pada Iklan MS Glow	34
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Brand Ambassador MS Glow Yang Menyampaikan Informasi Keunggulan MS Glow Dengan Baik	35
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Brand Ambassador Yang Membuat Yakin dan Percaya Menggunakan Skincare MS Glow	35
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Brand Ambassador MS Glow Yang Memiliki Daya Tarik Pada Iklan MS Glow	36
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai MS Glow Sudah Dikenal Masyarakat Luas	36
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Produk MS Glow Yang Memiliki Tampilan Fisik Yang Menarik	36
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Desain Produk MS Glow Menarik dan Mudah Diingat	37
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Mengenai Logo dan Warna Produk MS Glow Mudah Dikenali ..	37
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Mengenai Produk MS Glow Bersertifikat Halal dan Ber BPOM	38
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Mengenai Produk Skincare MS Glow Dikemas Dengan Kemasan Yang Menarik	38
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Mengenai Mudah Dalam Membeli Produk Skincare MS Glow ..	38
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Mengenai Produk Skincare MS Glow Mampu Memberikan Hasil Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan	39
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Mengenai Membeli Produk Skincare MS Glow Karena Sesuai Dengan Kebutuhan Perawatan Wajah	39
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Mengenai Membeli Produk Skincare MS Glow Karena Mendapatkan Informasi Dari Teman, Kerabat, dan Keluarga Yang Pernah Membeli Produk Skincare MS Glow	40
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Mengenai Membeli Produk Skincare MS Glow Karena Mereknya Yang Sedang Terkenal	40
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Mengenai Membeli Produk Skincare MS Glow Karena Produknya Lebih Dari Yang Diharapkan	41
Tabel 4. 21 Data Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4. 22 Data Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4. 24 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4. 25 Hasil Uji t	46
Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Brand Lokal Terlaris Di E-Commerce.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4. 1 Logo MS Glow.....	31
Gambar 4. 2 Produk MS Glow.....	31
Gambar 4. 3 Pengujian Normalitas Model Regresi.....	44
Gambar 4. 4 Uji Heterokedastisitas.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Pengisian Kuesioner.....	57
Lampiran 2 Kuesioner Responden (Online)	58
Lampiran 3 Bukti Penyebaran Kuesioner	61
Lampiran 4 Data Tabulasi Responden.....	62
Lampiran 5 Data Tabulasi <i>Brand Ambassador</i> , <i>Brand Image</i> , <i>Product Quality</i> , dan Keputusan pembelian.....	64
Lampiran 6 Tabel r Untuk $df=(N-2)$	68
Lampiran 7 Titik Presentase Distribusi t (df 1-100).....	71
Lampiran 8 Tabel Frekuensi Identitas Responden	73
Lampiran 9 Tabel Frekuensi Variabel	74
Lampiran 10 Uji Validitas	82
Lampiran 11 Uji Reliabilitas	84
Lampiran 12 Analisis Regresi Linier Berganda	86
Lampiran 13 Uji Normalitas	87
Lampiran 14 Uji Multikolinearitas.....	88
Lampiran 15 Uji Heterokedastisitas	89
Lampiran 16 Uji t	90
Lampiran 17 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91

