

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *ONLINE PROMOTION*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC PADA
PENGUNA SHOPEE
(Studi Kasus Mahasiswa Di Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen.**



Oleh : ARSYANDA RAISSA INDRAGIY FIRJATULLAH

21.1041.1078

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arsyanda Raissa Indragiy Firjatullah

NIM : 2110411078

Prodi : Manajemen

Dengan ini, saya menyampaikan secara tegas bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AMBASSADOR*, *DAN ONLINE PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC PADA PENGGUNA SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Di Kabupaten Jember)” merupakan hasil karya saya sendiri. Beberapa kutipan yang digunakan telah dicantumkan sumbernya secara jelas dalam bagian sitasi. Karya ini belum pernah diajukan kepada institusi manapun, serta tidak mengandung unsur plagiarisme atau penjiplakan.

Saya menyatakan bahwa seluruh isi karya ini dibuat secara orisinal dan sesuai dengan prinsip-prinsip ilmiah. Pernyataan ini saya buat secara sadar, tanpa adanya tekanan maupun paksaan dari pihak mana pun. Saya bersedia menerima sanksi akademik dan menghadapi tuntutan hukum apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran atau kerugian akibat ketidaksesuaian isi dari pernyataan ini.

Jember, Februari 2025

Yang menyatakan,



Arsyanda Raissa Indragiy Firjatullah

NIM. 21.1041.1078

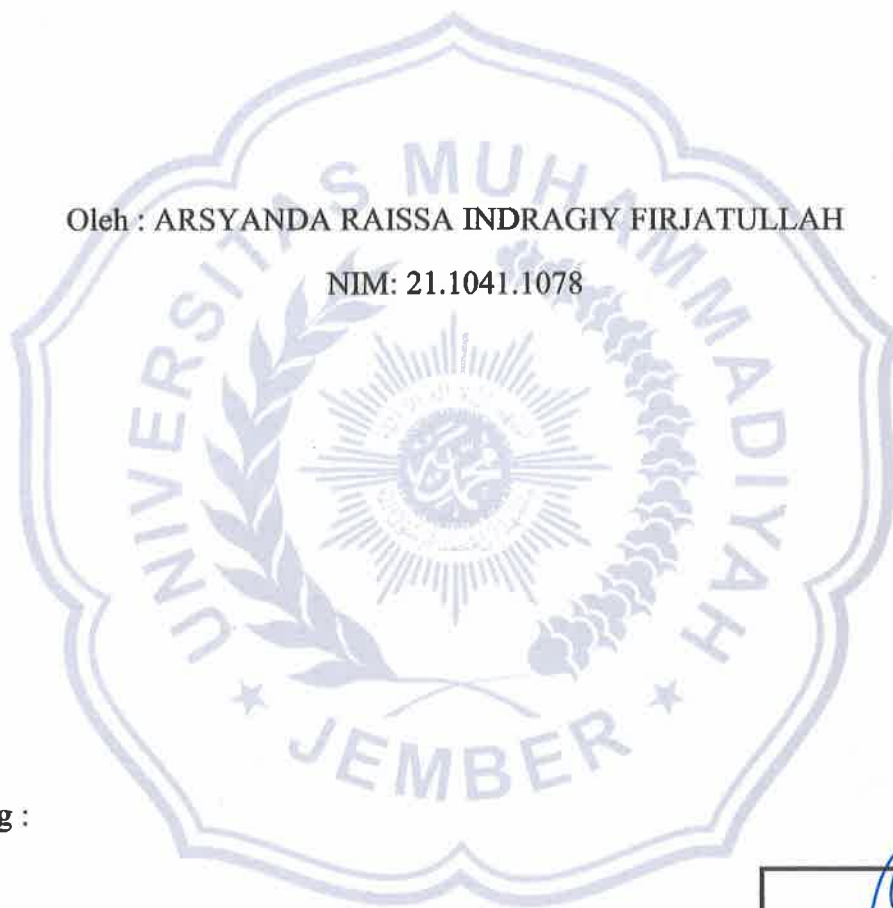
PERSUTUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *ONLINE PROMOTION*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC PADA
PENGGUNA SHOPEE

(Studi Kasus Mahasiswa Di Kabupaten Jember)

Oleh : ARSYANDA RAISSA INDRAGIY FIRJATULLAH

NIM: 21.1041.1078



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Bayu Wijayantini, M, SE, MM.

Dosen Pembimbing Pendamping

: Nursaidah, SE., MM

PENGESAHAN

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember telah menguji dan mengesahkan tugas akhir skripsi yang berjudul: **PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR, DAN ONLINE PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC PADA PENGGUNA SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Di Kabupaten Jember)**” pada tanggal yang telah ditentukan.:

Hari : Kamis
Tanggal : 26 Juni 2025
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji


Pawestri Winahyu.SPsi. MM
NPK. 1982052611703800

Anggota 1

Anggota 2


Bayu Wijayantini .M. S.E. MM
NPK. 1979021711009661


Nursaidah, SE., MM
NPK. 1985060111509637

Mengesahkan

Dekan

Ketua Program Studi



Maheni Ika Sari. SE., M.M
NIP. 197708112005012001


Dr. Trias Setyowati. SH.,SE.MM
NPK. 1972032710509477

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."
(QS. Al-Baqarah 286)

“ Jika kamu merasa diperlakukan berbeda dari yang lain, maka ingatlah kamu adalah orang yang memiliki kemampuan tersendiri yang tidak mungkin dimiliki oleh mereka”
(Arsyanda Raissa Indragiy Firjatullah)

"Jika seseorang sudah bertekad, mereka pasti bisa melakukan apapun."
(Honoka Kousaka)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala nikmat baik kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan, Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Allah SWT atas anugrah dan kesempatan serta petunjuk dan kasih sayang yang Engkau berikan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini
2. Kedua orang tua saya, Yus Indra Ubay Faidhuloh dan Puji Sugiarti yang telah memberikan cinta, doa , serta dukungan yang selalu mengiringi perjuangan penulis dalam perkuliahan hingga proses menyelesaikan skripsi ini
3. Saudara penulis, Zhariif Rayyaan yang telah mengiringi kebersamaan serta dukungan yang engkau berikan kepada penulis. Semoga kita berdua kelak menjadi orang yang sukses dan selalu membanggakan kedua orang tua
4. Keluarga besar saya, Eyang kakung, Eyang Utu, Almh. Ibuk dan Alm. Mbah Kung, Pakde, Bude, Om, Tante, Mbak, Mas, Adik terima kasih atas dukungan dan doa yang kalian berikan kepada penulis
5. Dosen penguji saya, Ibu Pawestri Winahyu.SPsi. MM yang telah bersedia memberikan saran yang mendukung kepada penulis
6. Dosen pembimbing saya, Ibu Bayu Wijayanti,M, SE, MM. Dan Ibu Nursaidah, SE., MM yang telah memberikan waktu, ilmu, tenaga serta bimbingan kepada penulis, terima kasih atas kesabarannya dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Terima kasih untuk seluruh dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta telah membantu penulis agar menjadi pribadi yang sukses di masa depan
8. Buat seluruh teman-teman seperjuangan penulis, Rani, Kholiseh, Elsa, Mahmuda, Shafirda, Salsa Fara, Amalia, Tegar, Fitra, dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu selama masa perkuliahan yang telah melalui perjuangan ini bersama-sama, terima kasih atas kebersamaan, semangat, serta dukungan yang telah kalian berikan kepada penulis. Kalian adalah sahabat sejati bagi penulis.
9. Buat teman-teman dari IMM Komisariat Akademos, Mas Fabani, Mbak Ecik, Mbak Epik, Mbak Dhynda, Dita, Vara, Rido, Sandy, Fhara, Ikrim, Dani, Bunga, dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan *support* kepada penulis dari awal bergabung organisasi hingga saat ini.
10. Buat teman-teman KKN kelompok 30 Desa Sawaran Lor, Rio, Tasya, Rosi, Arik, Fanti, Dya, Novi, Rani, Tyas, Muha, Ezar, Dwiki, Ali, Dani, Rayma, Abdi, Fahmi, Ilyas, terima kasih atas dukungan, doa serta kebersamaan yang telah mengiringi penulis mulai awal pembekalan hingga saat ini.
11. Buat teman-teman yang penulis kenal dari SMP dan SMA, terima kasih atas dukungan dan semangat yang telah kalian berikan. Meskipun kita sudah sibuk dengan kegiatannya masing-masing, tetapi kita tetap masih seperti asatu keluarga.

12. Buat teman-teman penulis di *Discord*, terima kasih atas dukungan dan bimbingan serta kebersamaan yang kalian berikan. Meskipun kita beda tempat tetapi kebersamaan tidak akan pernah lepas.
13. Buat temen-temen komunitas jejepangan, terima kasih atas dukungan dan doa nya yang telah kalian berikan kepada penulis. Semoga kita sama-sama menjadi orang yang sukses dalam berkreaitivitas dan menjalani karir di masa depan.
14. Buat saya sendiri, Arsyanda Raissa Indragiy Firjatullah terima kasih atas kerja keras, pengorbanan, dan semangat yang tidak pernah hilang mulai awal masa kuliah hingga menyelesaikan tugas skripsi. Penulis bangga dengan pencapaian ini dan akan terus berusaha menjadi pribadi yang baik. Karya yang telah dibuat oleh Penulis masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu perlu adanya kritik dan saran yang mendukung untuk perbaikan di masa yang akan datang.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada hadirah Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah serta karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan tugas skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Image, Brand Ambassador, Dan Online Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Pada Pengguna Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Di Kabupaten Jember)”. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember.

Dalam perjalanan menyelesaikan tugas akhir skripsi ini, penulis menghadapi berbagai kesulitan dan tantangan yang pastinya tidak mudah. Namun, berkat adanya doa serta dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis berhasil untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Maka dari itu penuh rasa hormat dan tulus hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi M. Pd, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Jember
2. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
3. Dr. Trias Setyowati, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin kepada penulis.
4. Ibu Pawestri Winahyu. SPsi. MM, selaku dosen penguji yang telah memberikan saran yang mendukung kepada penulis
5. Ibu Bayu Wijayanti, M, SE, MM. Selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Nursaidah, SE., MM, selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan waktu, ilmu, tenaga serta bimbingan kepada penulis, terima kasih atas kesabarannya dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segala ilmunya.

Dari semua inilah kesuksesan ini berawal, semoga bisa memberikan sedikit kebahagiaan serta menuntun kepada jalan yang lebih baik lagi. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca

Jember, Februari 2025
Penyusun,

Arsyanda Raissa Indragiy Firjatullah

DAFTAR ISI

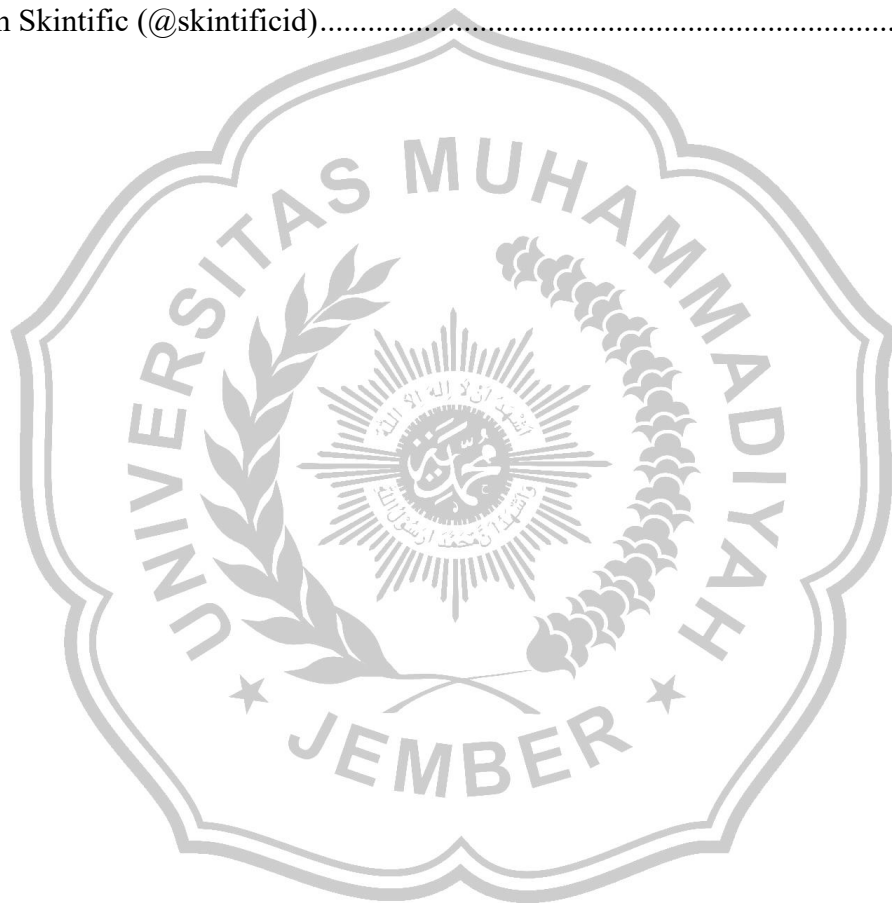
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
PERNYATAAN	ii
PERSUTUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Manajemen Pemasaran	8
2.2 <i>Brand</i> (Merek)	9
2.3 <i>Brand Image</i>	10
2.4 <i>Brand Ambassador</i>	10
2.5 Promosi	11
2.6 <i>Online Promotion</i>	12
2.7 Keputusan Pembelian	13
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	14
2.9 Kerangka Konseptual	21
2.10 Hipotesis Penelitian	22
2.10.1 <i>Brand Image</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	22
2.10.2 <i>Brand Ambassador</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	23

2.10.3	<i>Online Promotion (X3)</i> terhadap Keputusan Pembelian (Y)	23
BAB 3		24
METODE PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Identifikasi Variabel	24
3.2.1	Variabel Independen	24
3.2.2	Variabel Dependen	25
3.3	Definisi variabel Operasional	25
3.3.1	Variabel Independen (Bebas)	25
3.3.2	Variabel Dependen	26
3.4	Jenis Data	27
3.4.1	Data Primer	27
3.4.2	Data Sekunder	27
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	27
3.5.1	Populasi	27
3.5.2	Sampel	28
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel	28
3.6	Metode Pengumpulan Data	30
3.6.1	Kuesioner	30
3.7	Teknik Analisis Data	30
3.7.1	Uji Statistik Deskriptif	30
3.7.1.1	Uji Validitas	30
3.7.1.2	Uji Reliabilitas	30
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	30
3.7.2.1	Uji Normalitas	31
3.7.2.2	Uji Multikolonieritas	31
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas	31
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.7.3.1	Regresi Linier Berganda	31
3.7.4	Uji Hipotesis	32
3.7.4.1	Uji t	32
3.7.5	Koefisien Determinasi (R^2)	32
BAB 4		33
HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	33

4.1.1	Sejarah Skintific	33
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	33
4.1.3	Nilai dan Budaya Perusahaan	34
4.1.4	Alamat dan Media Sosial Perusahaan	34
4.2	Statistik Deskriptif Responden	34
4.2.1	Uji Statistik Deskriptif.....	43
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	44
4.2.3	Uji Regresi Linier Berganda.....	49
4.2.4	Uji Hipotesis	50
4.2.5	Uji Koefisien Dererminasi (R^2).....	51
4.3	Pembahasan Penelitian	52
BAB 5		56
KESIMPULAN DAN SARAN		56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN		63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Nilai Penjualan Paket Kecantikan	1
Gambar 1. 2 Tren Penjualan Bulanan Brand Kategori Paket Kecantikan.....	2
Gambar 1. 3 Logo Skintific	2
Gambar 1. 4 Laman Shopee Mall Skintific	3
Gambar 1. 5 Shopee Live Skintific	4
Gambar 1. 6 Nicholas Saputra, Brand Ambassador Skintific	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 4. 1 Uji Normalitas menggunakan metode Normal P-P Plot.....	45
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedistasitas dengan metode grafik Scatterplot	47
Gambar 4. 3 Nicholas Saputra saat menggunakan produk Skintific dalam salah satu postingan di Instagram Skintific (@skintificid).....	54



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra-survey pengguna Skincare pada mahasiswa di Kabupaten Jember	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Data Jumlah Mahasiswa di Kabupaten Jember	28
Tabel 3. 2 Hasil stratified random sampling.....	29
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Asal Universitas.....	35
Tabel 4. 4 Brand Image (X1).....	36
Tabel 4. 5 Brand Ambassador (X2).....	37
Tabel 4. 6 Online Promotion (X3).....	39
Tabel 4. 7 Keputusan Pembelian (Y).....	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabelitas.....	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Setelah Outlier.....	46
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4. 13 Uji Heteroskedistasitas dengan metode uji glesjer	48
Tabel 4. 14 Uji Heteroskedistasitas menggunakan Spearman Rho	48
Tabel 4. 15 Uji Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel 4. 16 Hasil Uji t	50
Tabel 4. 17 Uji koefisien determinasi (uji R ²).....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 1. 2 Rekapitulasi Data Responden Kuesioner melalui Google Form	66
Lampiran 1. 3 Hasil Jawaban Responden.....	67
Lampiran 1. 4 Uji Validitas	85
Lampiran 1. 5 Uji Reliabilitas	88
Lampiran 1. 6 Uji Aumsi Klasik	88
Lampiran 1. 7 Analisis Regresi Linier Berganda	93

