

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *TAGLINE*, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA HIJAB SATTKA DI PLATFORM TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Progam Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Progam Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Dina Kartika Sari

NIM: 2210411077

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

2026

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *TAGLINE*, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA HIJAB SATTKA DI PLATFORM TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Progam Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Dina Kartika Sari

NIM: 2210411077

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2026

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Kartika Sari

NIM : 2210411077

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa **SKRIPSI** yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Tagline*, dan *Social Media Marketing* terhadap *Brand Awareness* pada Hijab Sattka di Platform TikTok” adalah hasil karya sendiri, kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Skripsi ini belum pernah diajukan pada institusi manapun serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun. Saya bersedia menerima sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum apabila di kemudian hari terdapat pihak yang dirugikan akibat ketidakbenaran pernyataan ini.

Jember, 18 April 2026



Dina Kartika Sari

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, TAGLINE, DAN SOCIAL MEDIA MARKETING
TERHADAP BRAND AWARENESS PADA HIJAB SATTKA DI PLATFORM TIKTOK**



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Budi Santoso, SE., MM., M Akun

Dosen Pembimbing Pendamping

: Dr. Feti Fatimah, SE., MM

PENGESAHAN

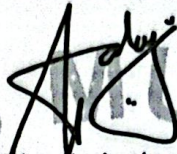
Skripsi berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Tagline*, dan *Social Media Marketing* terhadap *Brand Awareness* pada Hijab Sattka di Platform TikTok” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 25 Juni 2026

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Dr. Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM
NPK. 1979120811503633

Anggota 1,



Dr. Budi Santoso, SE., MM. M Akun
NPK. 1973100911139340

Anggota 2,



Dr. Feti Fatimah SE., MM
NPK. 1979052510709622

Mengesahkan:



Dekan,

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

Ketua Program studi,



Septy Holisa Umammy, SM., MM
NPK. 19950922122091029

MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan pasti ada kemudahan, maka jadikan setiap tantangan dalam menuntut ilmu sebagai jalan pendewasaan, dan setiap hasil sebagai wujud pengabdian”

(Q.S Al – Insyirah:5)



PERSEMBAHAN

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kepada pemilik mutlak seluruh zat dan alam semesta, yang menguasai, mengatur, dan berkuasa atas segala sesuatu. Allah SWT, sang maha pemilik arah. Terimakasih telah menjadi satu-satunya rumah tempatku pulang saat dunia terasa begitu kabur dan bising. Terimakasih telah menjaga waras dan langkahku, bahkan di saat penulis hampir lupa alasan untuk tetap hidup.
2. Kepada cinta pertamaku, Ayahku dan ibuku, Bapak Eko Wahyudi dan ibu Nanik Indayani, sosok yang penuh keteguhan, pengorbanan, dukungan maupun doa yang tak pernah putus senantiasa menjadi kekuatan serta sumber semangat bagi penulis dalam menapaki setiap Langkah kehidupan. Terimakasih telah berjuang untuk penulis sehingga menjadikan anak perempuan tunggalnya ini sampai bisa menjadi sarjana. Besar harapan penulis semoga beliau selalu sehat, panjang umur dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.
3. Kepada Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji terimakasih atas bimbingan, ilmu serta arahan kepada penulis dalam menempuh Pendidikan hingga saat ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kepada Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, Tempat penulis dalam menuntut ilmu dan mengembangkan kreativitas.
5. Kepada kekasih saya Serda Andy Dwi Setyawan yang menjadi bagian perjalanan dari penulis. Terimakasih telah memberikan dukungan, doanya dan terus ada untuk penulis selama naik turunnya ujian yg dihadapi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir, walaupun terhalang jarak karena sedang mengusahakan masadepan juga. semoga segala kebaikan dan dukungannya untuk penulis mendapatkan balasan yg terbaik.
6. Kepada sahabat terbaik saya Apriska Putri Meilinda dan Wahdiati Zaen terimakasih atas segala bentuk dukungan support, kepada penulis dari awal semester (mahasiswa baru) hingga saat ini pada masa-masa penyusunan skripsi. semoga kalian diberikan sukses kedepannya. Terimakasih untuk cerita, pelukan hangat dan semangat yg tak pernah padam.
7. Terakhir, untuk saya sendiri “Dina Kartika Sari”, Terimakasih atas segala kerja keras dan semangatnya hingga mampu bertahan dan melangkah sejauh ini. Terimakasih telah percaya pada keraguan dan kelelahan dalam setiap proses ini meskipun jalannya terasa berat. Saya bangga dengan diri saya sendiri, kedepannya untuk raga yang tetap kuat hati yang selalu tegar, mari bekerjasama yang lebih keras lagi untuk lebih berkembang menjadi pribadi yang lebih baik dan sukses dari hari ke hari.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur atas keharirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “PENGARUH BRAND AMBASSADOR, TAGLINE DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS PADA HIJAB SATTKA DI PLATFORM TIKTOK” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT atas berkat Rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Septy Holisa Umamy, SE., MM dan Ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE., M. Selaku Kepala dan Wakil Program Studi Manajemen yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Bapak Dr. Budi Santoso, SE., MM., M. Akun selaku Dosen pembimbing pertama yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis, serta selalu memberikan dukungan, motivasi, waktu serta solusi terbaik dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Dr. Feti Fatimah, SE., MM selaku Dosen pembimbing kedua yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis, serta selalu memberikan dukungan, motivasi, waktu serta solusi terbaik dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Dr. Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM. Selaku Dosen Penguji yang telah memberikan tanggapan, saran, dan masukan-masukan yang bermanfaat dalam skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan serta wawasan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.
9. Keluarga dan teman-teman saya yang telah memberikan doa dan dukungan tanpa henti.

Saya selaku penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Skripsi yang penulis buat ini, semoga pembaca dapat memberikan kritik dan saran sebagai bahan evaluasi bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terutama bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

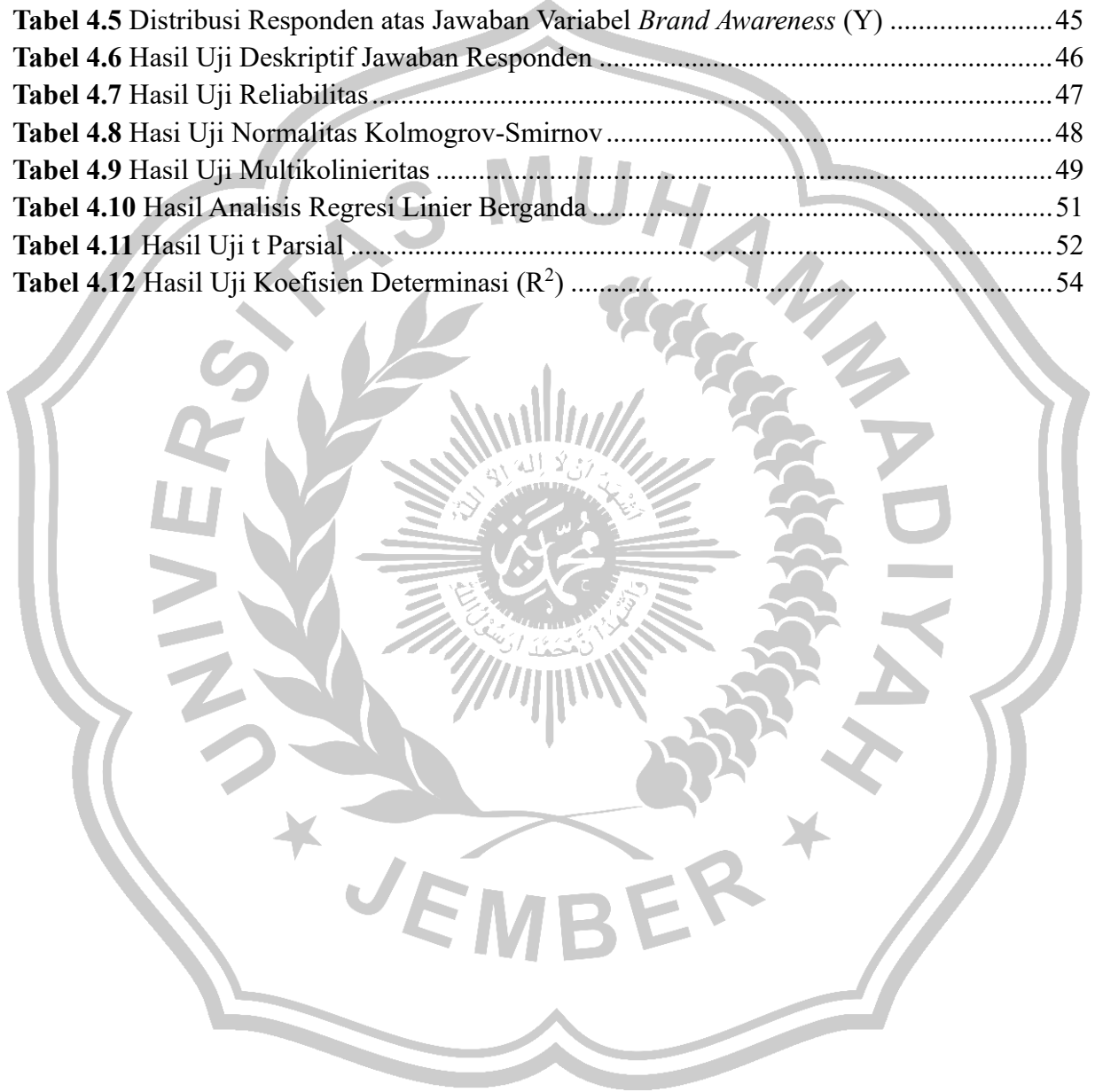
DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN COVER.....	ii
PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori <i>Quality Model</i> (Aaker's 1991)	9
2.1.2 Brand Awareness	11
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	14
2.1.3 <i>Tagline</i>	17
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis Penelitian	26

BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Identifikasi Variabel.....	28
3.2 Definisi Oprasional Variabel	29
3.2.1 Variabel <i>Independent</i>	29
3.2.2 Variabel <i>Dependent</i>	30
3.3 Desain Penelitian	31
3.4 Jenis Data.....	31
3.5 Populasi dan Sampel.....	32
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	33
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.8 Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.2 Hasil Analisis Data	41
4.2.1 Hasil Analisis Responden	41
4.2.2 Hasil Analisis Jawaban Responden	42
4.2.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	45
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	47
4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis	52
4.3 Pembahasan	54
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> pada Hijab Sattka di Platform TikTok.....	54
4.3.2 Pengaruh <i>Tagline</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> pada Hijab Sattka di Platform TikTok	56
4.3.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> pada Hijab Sattka di Platform TikTok.....	58
BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Masalah <i>Brand Awareness</i> Hijab Sattka	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	41
Tabel 4.2 Distribusi Responden atas Jawaban Variabel Brand Ambassador (X1)	42
Tabel 4.3 Distribusi Responden atas Jawaban Variabel <i>Tagline</i> (X2)	43
Tabel 4.4 Distribusi Responden atas Jawaban Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X3)	44
Tabel 4.5 Distribusi Responden atas Jawaban Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif Jawaban Responden	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.11 Hasil Uji t Parsial	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sosial Media yang paling banyak digunakan di Indonesia 2025	2
Gambar 1.2 Dominasi Media Sosial dalam Ekosistem Digital Global sebagai Dasar Penguatan Strategi <i>Social Media Marketing</i>	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pengantar Kuesioner	67
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 3. Responden Penelitian	71
Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen Penelitian	73
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik	76
Lampiran 6. Analisis Regresi Linier Berganda	78
Lampiran 7. Uji Hipotesis	79
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian	80
Lampiran 9. Surat Izin Penelitian	81

