

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*,
PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE SKINTIFIC DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Lega Afriani Damanik
210910167**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*,
PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE SKINTIFIC DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Lega Afriani Damanik
210910167**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Lega Afriani Damanik
NPM : 210910167
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengatahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 01 Februari 2025



Lega Afriani Damanik
210910167

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*,
PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE SKINTIFIC DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Lega Afriani Damanik
210910167**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 1 Februari 2025



**Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari *brand ambassador*, promosi, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Skincare Skintific di Kota Batam. Studi ini menerapkan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan masyarakat yang telah membeli dan menggunakan produk Skincare Skintific di Kecamatan Sagulung, Kota Batam. Pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26. Berdasarkan analisis data yang telah diperoleh, penelitian ini menunjukkan bahwa *brand ambassador* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Skincare Skintific di Kota Batam. Selain itu, promosi yang dilakukan secara positif dan signifikan berdampak pada keputusan pembelian produk Skincare Skintific di Kota Batam. Variabel *brand image* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Skincare Skintific di Kota Batam. Secara bersamaan, *brand ambassador*, promosi dan *brand image* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Skincare Skintific di Kota Batam.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Promosi, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to analyze the impact of brand ambassadors, promotions, and brand image on purchasing decisions for Skintific Skincare products in Batam City. This study applies a quantitative research approach. This study involved 100 respondents who were people who had purchased and used Skintific Skincare products in Sagulung District, Batam City. The approach used to collect data was by using a questionnaire. Data processing was carried out using the SPSS version 26 program. Based on the analysis and data that have been obtained, this study shows that brand ambassadors have a positive and significant influence on purchasing decisions for Skintific Skincare products in Batam City. In addition, promotions that are carried out positively and significantly have an impact on purchasing decisions for Skintific Skincare products in Batam City. The brand image variable has a positive and significant impact on purchasing decisions for Skintific Skincare products in Batam City. Simultaneously, brand ambassadors, promotions and brand image positively and significantly influence purchasing decisions for Skintific Skincare products in Batam City.

Keywords: *Brand Ambassador, Promotion, Brand Image and Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

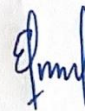
Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan arahan, masukan, ilmu, dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa;
7. Perusahaan yang turut membantu dalam memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk penyusunan skripsi ini;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karunia-Nya, Amin.

Batam, 01 Februari 2025



Lega Afriani Damanik
NPM. 210910167



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 <i>Brand Ambassador</i>	12
2.1.3 Promosi	14
2.1.4 <i>Brand Image</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4 Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Sifat Penelitian	23
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	23
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	23
3.3.2 Periode Penelitian	23
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	24

3.4.1 Populasi.....	24
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	24
3.4.2 Teknik <i>Sampling</i>	25
3.5 Sumber Data.....	26
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.7 Operasional Variabel	26
3.8 Metode Analisis Data.....	27
3.8.1 Analisis Deskriptif	27
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	28
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.8.4 Uji Pengaruh	31
3.9 Uji Hipotesis	31
3.9.1 Uji t (Secara Parsial)	32
3.9.2 Uji F (Secara Simultan).....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	33
4.2.1 Profil Responden.....	33
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	37
4.4 Analisis Data	41
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	45
4.4.4 Hasil Uji Pengaruh.....	48
4.5 Hasil Uji Hipotesis	50
4.6 Pembahasan.....	52
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	53
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.6.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> , Promosi Dan <i>Brand Image</i> Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	54
4.7.1 Implikasi Teoritis	54
4.7.2 Implikasi Praktis	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Simpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Nicholas Saputra (<i>Brand Ambassador Skintific</i>)	4
Gambar 1.2 <i>Live Shopping</i> Tiktok.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Uji Normalitas <i>Normal P-P Plot Regression Standardized</i>	47
Gambar 4.2 Uji Normalitas Kurva Histogram.....	48
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Dengan <i>Scatter Plot</i>	50

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Brand</i> Skincare Terbaik Tahun 2023	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	25
Tabel 3.2 Skor Jawaban Kuesioner	27
Tabel 3.3 Operasional Tabel	28
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif	29
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan.....	38
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	38
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Reponden Variabel <i>Brand Ambassador</i>	39
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Promosi	41
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Reponden Variabel <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Keputusan Pembelian	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>One –Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Linear Berganda.....	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial)	53
Tabel 4.18 Hasil Uji F	54

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Lemeshow</i>	26
Rumus 3.2 Rentang Skala	28
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	30
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda.....	32