

**PENGARUH PROMOSI DAN *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
AZARINE PADA PENGGUNA INSTAGRAM
*@azarinecosmeticofficial***

SKRIPSI

Oleh :

Meifara Hanifa Azzahra

202110325107



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan *Brand Ambassador*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Azarine Pada Pengguna Instagram
@Azarinecosmeticoofficial

Nama Mahasiswa : Meifara Hanifa Azzahra
Nomor Pokok : 202110325107
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 4 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN. 0327128105



Haryudi Anas, S.E., M.S.M

NIDN. 0317117801

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan *Brand Ambassador*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Azarine Pada Pengguna Instagram
@Azarinecosmeticoofficial

Nama Mahasiswa : Meifara Hanifa Azzahra

Nomor Pokok : 202110325107

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 4 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M

NIDN: 0319067606

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc

NIDN: 0303017106

Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN: 0327128105

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Meifara Hanifa Azzahra
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325107
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 27 Mei 2003
Alamat : Perumahan Bekasi Permai Blok AC No. 7,
Jl. Bekasi Permai 16 RT. 06/15. Kel. Bekasi
Jaya, Kec Bekasi Timur, Kota Bekasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Promosi dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine Pada Pengguna Instagram @azarinecosmeticoofficial”. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 12 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Meifara Hanifa Azzahra

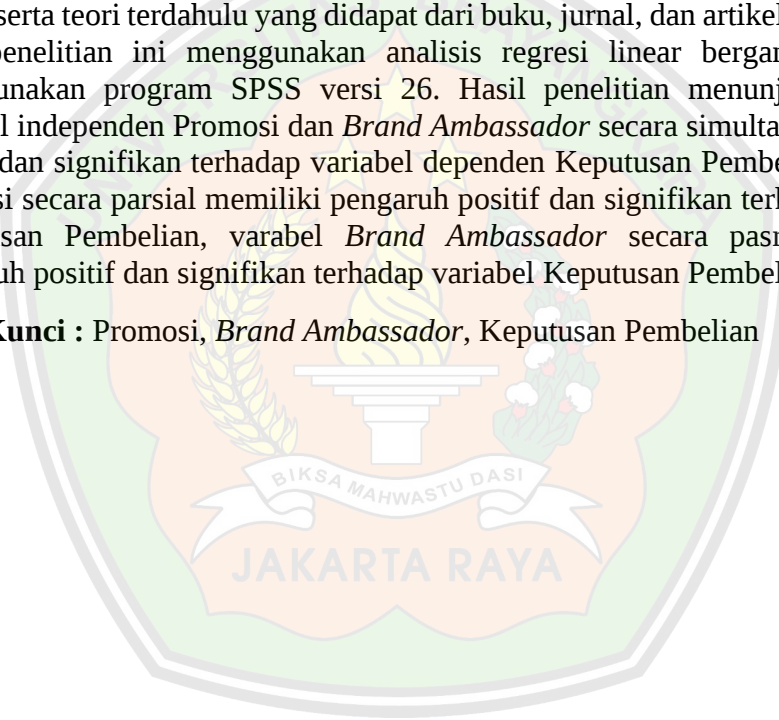
202110325105

ABSTRAK

Meifara Hanifa Azzahra, 202110324107. Pengaruh Promosi dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine pada Pengguna Instagram Azarine @azarincosmeticofficial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Promosi dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian produk Azarine pada Pengguna Instagram Azarine. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan Teknik *convenience sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 117 orang. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari responden dengan cara pengisian kuesioner melalui Google Form dan sumber data sekunder didapat dari referensi penelitian-penelitian sebelumnya dengantopik terkait serta teori terdahulu yang didapat dari buku, jurnal, dan artikel. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan diuji menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen Promosi dan *Brand Ambassador* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian. Variabel Promosi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian, variabel *Brand Ambassador* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Promosi, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Meifara Hanifa Azzahra, 202110324107. *The Influence of Promotion and Brand Ambassador on Purchase Decisions of Azarine Products Among Instagram Users of @azarincosmeticofficial*

This study aims to determine the influence of Promotion and Brand Ambassador on Purchase Decisions of Azarine products among Instagram users of @azarincosmeticofficial. The research employs a quantitative approach using a non-probability sampling method with a convenience sampling technique. The sample for this study consists of 117 respondents. The research utilizes both primary and secondary data. Primary data was collected from respondents through questionnaires distributed via Google Forms, while secondary data was gathered from previous studies related to the topic, as well as theoretical references from books, journals, and articles. Data analysis in this study was conducted using multiple linear regression analysis, processed with SPSS version 26. The results of the study indicate that the independent variables, Promotion and Brand Ambassador, simultaneously have a positive and significant influence on the dependent variable, Purchase Decision. Partially, the Promotion variable has a positive and significant influence on the Purchase Decision variable, and the Brand Ambassador variable also has a positive and significant partial influence on the Purchase Decision variable.

Keywords: *Promotion, Brand Ambassador, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, yang memungkinkan saya menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dalam penelitian ini, saya menganalisis **“Pengaruh Promosi dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine Pada Pengguna Instagram @azarinecosmeticofficial”** guna memenuhi salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian tugas akhir.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Ucapan terima kasih ini terutama ditujukan kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Widi Winarso, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik.
5. Neng Siti Komaria, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I dan Haryudi Anas, S.E., M.S.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran dan semangat yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal ini dengan semaksimal mungkin.

6. Papa dan Mama serta kakak, babang, dan uni juga saudara dan kerabat penulis yang telah memberikan doa, dukungan, semangat dan material selama proses penulisan, pengerjaan sampai dengan selesai.
7. Untuk Laras dan Zahra dan teman-teman kelas A7 yang juga sudah memberikan banyak dukungan serta bantuan selama pengerjaan skripsi ini.
8. Seluruh sahabat yang telah memberikan dukungan, kebersamaan dan membuat penulis optimis dalam mengerjakan semua ini sampai dengan selesai.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Batasan Masalah	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.3 Promosi	16
2.4 Brand Ambassador	18
2.5 Keputusan Pembelian	20
2.6 Telaah Empiris	22
2.7 Kerangka Konseptual	30
2.8 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	36
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	37

3.5	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Umum.....	45
4.2	Deskripsi Data	48
4.3	Hasil Analisis Data	51
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	56
4.5	Analisis Linear Berganda	59
4.6	Pengujian Hipotesis Statistik.....	61
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	69
5.3	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		71



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survey	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 3. 2 Skala Likert	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Memfollow Akun Instagram Azarine	50
Tabel 4. 4 Uji Validitas Promosi (X1)	52
Tabel 4. 5 Uji Validitas Brand Ambassador (X2).....	53
Tabel 4. 6 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 8 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 10 Analisis Linear Berganda.....	60
Tabel 4. 11 Uji t	61
Tabel 4. 12 Uji F	63
Tabel 4. 13 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Aktif Media Sosial 2014-2024	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4. 1 Logo Azarine.....	47
Gambar 4. 2 Uji Normalitas P-Plot.....	57
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme Skripsi

Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi

Lampiran 3 Kuesioner/Angket Pernyataan

Lampiran 4 Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas Skala Penelitian 30
Responden

Lampiran 5 Olahan Data Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6 Tabulasi Data Penelitian 117 Responden

Lampiran 7 Olahan Data Penelitian Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 8 Tabel (R, T, dan F)

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

