

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP *BRAND AWARENESS* PRODUK MS GLOW
DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program

Sarjana Jurusan Ekonomi dan Akuntansi

Oleh

Luh Pani Atmini

NIM. 1917011048

PROGRAM STUDI SI PENDIDIKAN EKONOMI

JURUSAN EKONOMI DAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2023

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA PENDIDIKAN**

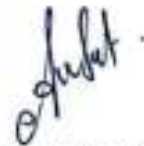
Menyetujui,

Pembimbing I,



Drs. I Nyoman Sujana, M.Si.
NIP. 196706261993031003

Pembimbing II,



Ni Wayan Ayu Santi, SPd, M.Pd
NIP 199206062020122019

Skripsi oleh Luh Pani Atmini ini
Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Pada tanggal 10 Mei 2023

Dewan Penguji,



Drs. I Nyoman Sujana, M.Si.
NIP. 19670626 199303 1 003

(Ketua)



Ni Wayan Ayu Santi, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19920606 202012 2 019

(Anggota)



Dr. Luh Indrayani, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19820819 200912 2 003

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi

Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 10 Mei 2023

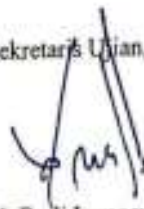
Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 19681029 199303 2 001

Sekretaris Ujian,



M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19871211 201803 1 002

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha



Prof. Dr. Gede Widi Yuniarta, S.E.Ak., M.Si.
NIP. 19790616 200212 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Word of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Produk Ms Glow Di Kota Singaraja" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri, saya tidak melakukan penjiplakan dan mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau klaim terhadap karya saya ini.

Singaraja, 28 April 2023

Yang membuat pernyataan



Luh Pani Atmini
NIM. 1917011048

PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan usulan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Word of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Produk Ms Glow Di Kota Singaraja”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana pendidikan pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan usulan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Bapak Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Ibu Dr. Luh Indrayani, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha serta selaku dosen penelaah yang dengan sabar dan selalu meluangkan waktu untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini
4. Bapak M.Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Bapak Drs. I Nyoman Sujana, M.Si. selaku pembimbing akademik sekaligus pembimbing utama yang dengan penuh perhatian dan kesabaran untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Ni Wayan Ayu Santi, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing pendamping yang dengan sabar dan selalu meluangkan waktu untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi beserta seluruh Staf di Lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
8. Untuk orang tua yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis untuk kelancaran dalam mengerjakan skripsi serta memeberikan dukungan secara material kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 yang senantiasa menemani, memberikan doa, semangat dan dukungannya kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Maka dari itu, demi kesempurnaan skripsi ini penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya untuk meningkatkan strategi pemasaran.

Singaraja, 28 April 2023

Luh Pani Atmini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
2.1 <i>Brand Awareness</i>	11
2.1.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	11
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Awareness</i>	12
2.1.3 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	14
2.1.4 Indikator <i>Brand Awareness</i>	15
2.2 <i>Brand Ambassador</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	15
2.2.2 Fungsi <i>Brand Ambassador</i>	16
2.2.3 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	17
2.3 <i>Word of Mouth</i>	18

2.3.2	Jenis <i>Word of Mouth</i>	19
2.3.3	Motivasi Dasar yang Mendorong <i>Positive Word of Mouth</i>	19
2.3.4	Indikator <i>Word of Mouth</i>	20
2.4	Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	20
2.5	Kerangka Berpikir	23
2.6	Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian	28
3.1.1	Tempat Penelitian.....	28
3.1.2	Waktu Penelitian.....	28
3.2	Rancangan Penelitian	28
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.4	Jenis dan Sumber Data	31
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.6	Metode Pengumpulan Data	33
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	34
3.8	Metode dan Teknik Analisis data.....	37
3.8.1	Uji Asumsi Klasik	38
3.8.2	Uji Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Deskripsi data.....	41
4.1.1	Gambaran Umum Responden.....	41
4.1.2	Analisis statistik deskriptif.....	42
4.2	Pengujian Asumsi Klasik	43
4.3	Pengujian Hipotesis.....	48
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4.3.2	Pengaruh Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X1) Terhadap <i>Brand Awareness</i> (Y)	49
4.3.3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X2) Terhadap <i>Brand Awareness</i> (Y).....	50
4.3.4	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X1) dan <i>Word of Mouth</i> (X2) Terhadap <i>Brand Awareness</i> (Y)	51
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	52

4.4.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X1) Terhadap <i>Brand Awareness</i> (Y)	52
4.4.2	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X2) Terhadap <i>Brand Awareness</i> (Y).....	53
4.4.3	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X1) dan <i>Word of Mouth</i> (X2) Terhadap <i>Brand Awareness</i> (Y).....	55
4.5	Implikasi.....	57
4.6	Keterbatasan penelitian	57
BAB V PENUTUP		59
5.1	Ringkasan.....	59
5.2	Simpulan.....	61
5.3	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA		65
Lampiran		67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> Produk Ms Glow di Kota Singaraja.....	26
Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> Produk Ms. Glow	29
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot.....	46



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Skincare</i> di MAFE COSMETIC Singaraja.....	7
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden.....	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.4 Hasil Multikolinieritas	45
Tabel 4.5 Hasil Linieritas.....	47
Tabel 4.6 Hasil Output SPSS Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.7 Hasil Output SPSS <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	50
Tabel 4.8 Hasil Output SPSS <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	51
Tabel 4.9 Hasil Output SPSS <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Nama Responden Uji Validitas dan Reliabilitas	68
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 3. Rekapitulasi Hasil Uji Coba	75
Lampiran 4. Hasil Uji Coba Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner <i>Brand Ambassador (X1)</i> , <i>Word of Mouth (X2)</i> dan <i>Brand Awareness (Y)</i>	78
Lampiran 5. Hasil Data Kuesioner.....	84
Lampiran 6. Responden Penelitian	87
Lampiran 7. Data Ordinal Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 8. Hasil Analisis Deskriptif Statistik	102
Lampiran 9. Hasil Output Uji Asumsi Klasik.....	103
Lampiran 10. Hasil Uji t dan F	107
Lampiran 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	110

