

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PELEMBAB WAJAH
SOMETHINC DI KOTA SINGARAJA**



**OLEH
NI KADEK ASTRI NIRMALA DITA W
NIM 2117041147**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PELEMBAB WAJAH
SOMETHINC DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh
Ni Kadek Astri Nirmala Dita W
NIM 2117041147**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025

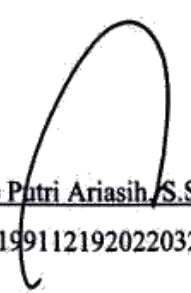
SKRIPSI

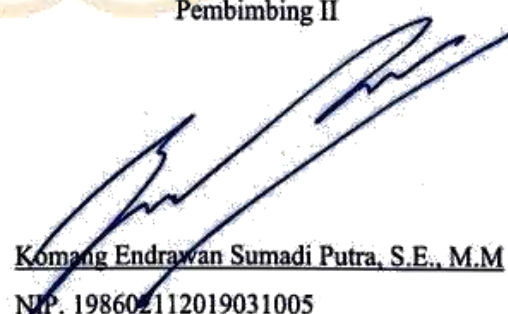
**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA MANAJEMEN**



Pembimbing I

Pembimbing II


Made Putri Ariasih, S.Si., M.M
NIP. 199112192022032010

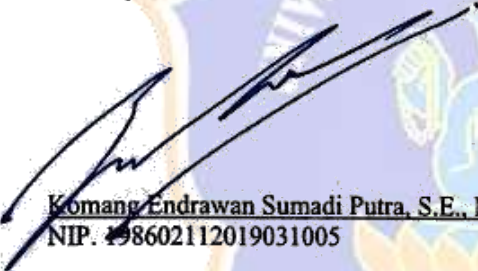

Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M
NIP. 198602112019031005

Skripsi oleh Ni Kadek Astri Nirmala Dita W ini
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 16 Juli 2025

Dewan Penguji,


Made Putri Ariasin, S.Si., M.M.
NIP. 199112192022032010

(Ketua)


Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

(Anggota)


Dr Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

(Anggota)



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 16 Juli 2025



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wajah Somethinc di Kota Singaraja” beserta isinya merupakan benar benar hasil karya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan serta mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan adanya tindakan pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Singaraja, 23 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Ni Kadek Astri Nirmala Dita W

NIM. 2117041147



MOTTO

**“ Terkadang, kesulitan harus kamu rasakan terlebih dulu sebelum
kebahagiaan yang sempurna datang kepadamu “**

-R.A. Kartini



KATA PERSEMBAHAN

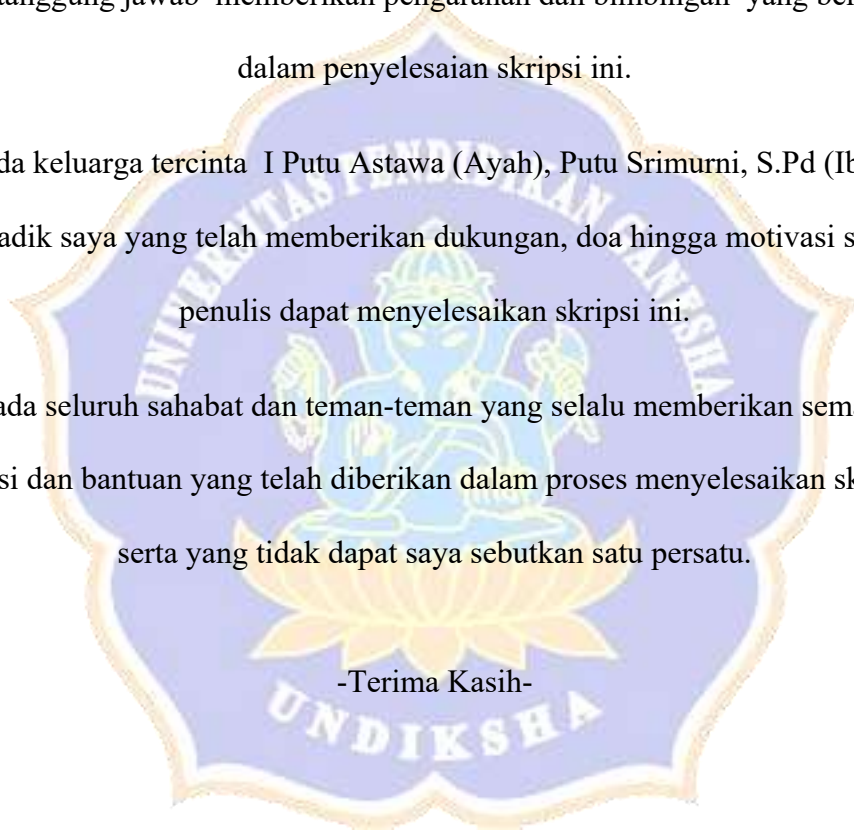
Puji syukur saya panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada dosen pembimbing I ibu Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. dan dosen pembimbing II bapak Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. yang dengan penuh tanggung jawab memberikan pengarahan dan bimbingan yang bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.

Kepada keluarga tercinta I Putu Astawa (Ayah), Putu Srimurni, S.Pd (Ibu) dan kakak adik saya yang telah memberikan dukungan, doa hingga motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada seluruh sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan semangat, motivasi dan bantuan yang telah diberikan dalam proses menyelesaikan skripsi ini serta yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

-Terima Kasih-



PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmatNya-lah, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wajah Somethinc di Kota Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak, baik secara moral maupun material. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah dengan penuh kesabaran dan tanggung jawab memberikan arahan dan motivasi selama proses perkuliahan.
6. Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu membimbing penuh dengan tanggung jawab, penuh rasa sabar dan mengarahkan penulis dari awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan penuh kesabaran dan tanggung jawab dalam memberikan arahan, bimbingan dan saran yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini.

8. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan wawasan yang sangat berarti selama masa studi.
9. Keluarga tercinta, Bapak I Putu Astawa dan Ibu Putu Srimurni, S.Pd serta saudara penulis Ns. Ni Luh Astri Kumala Devi W, S.Kep dan Ni Komang Astri Karmila Dewi W yang telah memberikan dukungan, doa hingga motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat penulis sejak SMP, yaitu Dwi Wahyuni, Diana Putri dan Tya Diliaa yang senantiasa selalu memberikan semangat serta menghibur penulis agar selalu bangkit dan tidak pantang menyerah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Sahabat penulis di bangku perkuliahan yaitu Febriana Widia atau akrab disapa Nana. Kehadirannya yang konsisten dari periode awal studi hingga proses penulisan skripsi telah memberikan kontribusi besar berupa dukungan, bantuan, kesediaan mendengarkan berbagai keluhan penulis, dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
12. Seluruh teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2021 yang telah memberi dukungan moral, bantuan dan semangat selama proses perkuliahan hingga menyelesaikan penulisan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik maupun saran yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 26 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
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 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3 Tahapan Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4 Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	15
2.1.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.2 <i>Brand ambassador</i>	18

2.2.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	18
2.2.2 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	18
2.3 <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i>	19
2.3.1 Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i>	19
2.3.2 Indikator <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i>	20
2.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	21
2.5 Hubungan Antar Variabel	25
2.5.1 Hubungan Brand Ambassador dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.5.2 Hubungan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian ...	27
2.5.3 Hubungan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.6 Kerangka Berpikir	28
2.7 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.2 Rancangan Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel	31
3.4 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	33
3.4.1 Metode Pengumpulan Data	33
3.4.2 Instrumen Pengumpulan Data	34
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data	40
3.5.1 Uji Asumsi Klasik	40

3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	43
3.6 Pengujian Hipotesis	44
3.6.1 Uji Simultan (Uji F)	44
3.6.2 Uji Parsial (uji-t)	45
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 47
4.1 Gambaran Objek Penelitian	47
4.2 Analisis Karakteristik Responden	50
4.3 Pengujian Asumsi	52
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	52
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.5 Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.6 Pengujian Hipotesis	59
4.6.1. Hasil Uji Simultan (Uji F)	59
4.6.2. Hasil Uji Parsial (Uji t)	60
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.7.1 Pengaruh Brand Ambassador dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pelembab Wajah Somethinc di Kota Singaraja	63
4.7.2. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wajah Somethinc di Kota Singaraja.	67
4.7.3. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pelembab Wajah Somethinc di Kota Singaraja	61
4.8 Implikasi	70
4.8.1 Implikasi Teoritis	70
4.8.2 Implikasi Praktis	71
4.9 Keterbatasan Penelitian	72

BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Rangkuman.....	73
5.2 Simpulan.....	74
5.3 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel	HALAMAN
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Dependen	35
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Dependen.....	36
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Dependen.....	37
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel Independen	38
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Independen	39
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen	39
Tabel 4. 1 Data Karakteristik Responden	50
Tabel 4. 2 Hasil Pengujian <i>One Sampel</i>	53
Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolonieritas <i>Coefficients</i>	54
Tabel 4. 4 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar	HALAMAN
Gambar 1. 1 Produk Perawatan Wajah Paling Banyak Dibeli Pada Periode Januari 2022 – Oktober 2024	2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Signifikan Pada Top 5 Brand Pelembab Wajah Periode Januari 2023 – Oktober 2024.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	29
Gambar 4. 1 Grafik Normal P-Plot	52
Gambar 4. 2 Grafik <i>Scatterplot</i>	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	HALAMAN
Lampiran 01. Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 02. Tabulasi Sampel Kecil.....	84
Lampiran 03. Tabulasi Sampel Besar	87
Lampiran 04. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil.....	99
Lampiran 05. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar	102
Lampiran 06. Hasil Pengujian Asumsi	105
Lampiran 07. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda.....	107
Lampiran 08. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	107
Lampiran 09. Hasil Pengujian Hipotesis	107
Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian	108

