

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN
(Studi kasus pada konsumen Avoskin Kota Bekasi)**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Liza Aulika

NPM: 41183402190192



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI**

2025

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN (STUDI
KASUS PADA KONSUMEN AVOSKIN KOTA BEKASI)**

Tanggal : 22 Januari 2025

Oleh

Liza Aulika

NPM : 41183402190192

Disetujui,
Pembimbing

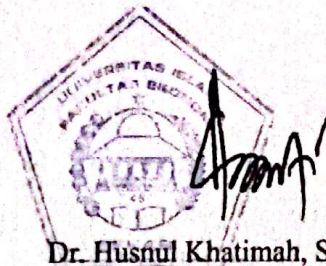


Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Luthpiyah Juliandara., S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN AVOSKIN KOTA BEKASI)

Tanggal : 30 Januari 2025

Oleh

Liza Aulika

NPM : 41183402190192

Diuji oleh,

Penguji I

Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Penguji II

Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui,

Pembimbing

Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen

Luthpiyah Juliandara., S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Liza Aulika
NPM : 41183402190192
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Email : lizaaulika26@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul "**Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin (Studi kasus pada konsumen Avoskin Kota Bekasi)**" bebas dari plagiarisme. Rujukan penulisan sudah sesuai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku umum.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebaik-baiknya sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 30 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Liza Aulika

ABSTRAK

Liza Aulika (41183402190192)

Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian produk Avoskin (Studi kasus pada konsumen Avoskin Kota Bekasi).

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Online Customer Review* dan Keputusan Pembelian.

xv + 133 halaman + 25 tabel + 5 gambar + 3 diagram + 17 Lampiran

Tujuan penelitian ini guna mengetahui Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada produk Avoskin (Studi kasus pada konsumen Avoskin Kota Bekasi).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan yakni data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pengguna produk Avoskin di Kota Bekasi. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengolahan data menggunakan program IBM SPSS Versi 29.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\beta_1 = 0,406$ signifikan pada t-hitung 7.075 dan sig 0,000. Begitu juga pada variabel *online customer review* memiliki nilai $\beta_2 = 0,980$ signifikan pada t-hitung 9.071 dan sig 0,000. Hasil uji hipotesis melalui analisis regresi linier berganda diperoleh hasil *brand ambassador* dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan melalui nilai uji F = 265.008 dan sig 0,000 dan dari nilai koefisien determinasi R-square sebesar 0,845. Maka diketahui bahwa *brand ambassador* dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Avoskin dengan nilai 84,5% dan sisanya 15,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *brand image*, *online customer rating*, promosi, dan kualitas produk.

Daftar Pustaka : 59 (2012-2024)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohiim

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Avoskin Kota Bekasi)”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen (Strata Satu) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi Manajemen yang dengan sabar dan bersemangat memberikan bimbingan, arahan, masukan dan perhatian kepada penulis sehingga penulis termotivasi dan bersyukur dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. dan Ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji yang sudah memberikan kritik dan saran yang bermanfaat bagi penulis.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah berkontribusi memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Teristimewa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Iwan Shandy dan Ibu Surliana yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, doa yang selalu mengiringi langkah penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Kepada Adik-adik tersayang dan menjengkelkan. “Rizky, Azizah, Kadafi, dan Rafasya” karena selalu memberikan semangat kepada penulis.
7. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya Muhammad Caesar Taufani, Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Terima kasih telah menjadi rumah, tempat berkeluh kesah, menghibur dalam kesedihan, memberikan semangat dan meyakinkan penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat dituliskan secara satu persatu. Penulis ucapkan terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna meskipun penulis sudah berusaha untuk mencapai hasil yang semaksimal mungkin. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak agar skripsi ini dapat lebih baik dari skripsi sebelumnya. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi.

Wassalamu'alaikum wa Rahmatullah wa Barakaatuh

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.4 Batasan Masalah	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Keputusan Pembelian	15
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	15
2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	15
2.1.3 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	18
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	18

2.2 <i>Brand Ambassador</i>	19
2.2.1 Definisi <i>Brand Ambassador</i>	19
2.2.2 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	20
2.3 <i>Online Customer Review</i>	21
2.3.1 Definisi <i>Online Customer Review</i>	21
2.3.2 Indikator <i>Online Customer Review</i>	21
2.4 Tinjauan terhadap Penelitian Terdahulu.....	22
2.5 Keterkaitan antarvariabel	27
2.5.1 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	27
2.5.2 Hubungan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	27
2.6 Kerangka Pemikiran	28
2.7 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.1.1 Metode Penelitian yang Digunakan	33
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.1.3 Populasi dan sampel	33
3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data	34
3.2.1 Jenis dan Sumber Data	34
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.3 Model Penelitian dan Instrumen Penelitian	36
3.3.1 Variabel Keputusan Pembelian	37
3.3.2 Variabel <i>Brand Ambassador</i>	37
3.3.3 Variabel <i>Online Customer Review</i>	38
3.4 Teknik Analisis Data	39
3.4.1 Uji Kualitas Data	39

3.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.4.3 Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.2 Visi dan Misi Avoskin	47
4.2 Profil Responden	47
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	49
4.3 Analisis Deskriptif.....	50
4.3.1 Deskripsi Keputusan Pembelian (Y)	51
4.3.2 Deskripsi <i>Brand Ambassador</i> (X1)	53
4.3.3 Deskripsi <i>Online Customer Review</i> (X2)	57
4.4 Hasil Uji Kualitas Data.....	59
4.4.1 Hasil Uji Validitas	59
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	63
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	63
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas	65
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
4.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.7 Hasil Uji Hipotesis	70
4.7.1 Hasil Uji t.....	70
4.7.2 Hasil Uji F.....	72
4.7.3 Koefisien Determinasi	73

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.8.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	74
4.8.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	76
4.9 Kelemahan Penelitian.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra survei tentang keputusan pembelian Avoskin	2
Tabel 1. 2 Data Penjualan <i>Miraculous Refining Toner</i> Avoskin Pada Kota Jakarta dan Bekasi di Shopee	5
Tabel 1. 3 Pra survei tentang <i>Brand Ambassador</i> Avoskin	7
Tabel 1. 4 Pra survei tentang <i>Online Customer Review</i>	10
Tabel 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	16
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Penilaian Skala Likert	36
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	50
Tabel 4. 5 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	51
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1)	53
Tabel 4. 7 Deskripsi Data Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2)	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Online Customer Review</i> (X2).....	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4. 14 Variables Entered/Removed	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Contoh <i>Review</i> Positif dari Pengguna Produk Avoskin	11
Gambar 1. 2 Contoh <i>Review</i> Negatif dari Pengguna Produk Avoskin	11
Gambar 4. 1 Logo Avoskin.....	45
Gambar 4. 2 <i>Normal Probability Plot</i>	64
Gambar 4. 3 Grafik <i>Scatterplot</i>	67

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. 1 Pendapatan Penjualan Avoskin Selama Tiga Tahun.....	3
Diagram 1. 2 Serum dan Toner Terlaris 2024 di Shopee.....	4
Diagram 2. 1 Kerangka Pemikiran pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian produk Avoskin (Studi kasus pada konsumen Avoskin Kota Bekasi).	29

Lampiran. 16 Hasil Turnitin

Turnitin Liza Aulika-1.pdf			
ORIGINALITY REPORT			
30%	28%	21%	15%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	3%	
2	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	1%	
3	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%	
4	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	1%	
5	positori.usu.ac.id Internet Source	1%	
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%	
7	repository.ub.ac.id Internet Source	1%	
8	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%	
9	Submitted to Brigham Young University Student Paper	1%	