

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND* AMBASSADOR DAN *BRAND*
AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK IMPLORA COSMETICS**



Intelligentia - Dignitas

SAFA ANANDA ROHMAH HIDAYATI

1516621005

PENDIDIKAN TATA RIAS

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

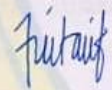
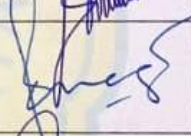
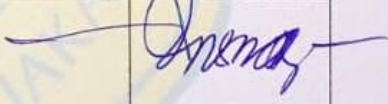
2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Safa Ananda Rohmah Hidayati
NIM : 1516621005
Program Studi/Fakultas : Pendidikan Tata Rias / Teknik
Judul Penelitian : Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Awareness*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Implora Cosmetics*

ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan **Lulus / Tidak Lulus**)*
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 10 Juli 2026

Tim Penguji,

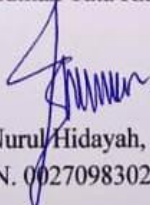
Ketua Penguji	Sri Irtawidjajanti, M.Pd	
Anggota Penguji (Penguji 1)	Dr. Aniesa Puspa Arum, M.Pd	
Anggota Penguji (Penguji 2)	Dr. Nurul Hidayah, M.Pd	
Anggota Penguji (Pembimbing 1)	Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum	
Anggota Penguji (Pembimbing 2)	Dr. Dwi Atmanto, M.Si	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik



Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si.
NIDN. 0029027204

Koordinator Program Studi
Pendidikan Tata Rias


Dr. Nurul Hidayah, M.Pd
NIDN. 0027098302

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 20 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Safa Ananda Rohmah Hidayati

NIM. 1516621005

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Safa Ananda Rohmah Hidayati
NIM : 1516621005
Fakultas/Prodi : Teknik / Pendidikan Tata Rias
Alamat email : safaananda08@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND AWARENESS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMPLORA COSMETICS

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Juli 2026

Penulis

(Safa Ananda Rohmah Hidayati)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Implora Cosmetics*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan tugas akhir pada Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt, M.Si. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan masukan, serta membimbing dengan sabar dan sepuh hati.
4. Dr. Dwi Atmanto, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan masukan, serta membimbing dengan sabar dan sepuh hati.
5. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta yang telah mengajarkan ilmunya selama ini.
6. Seluruh staff Program Studi Pendidikan Tata Rias yang telah membantu dalam segala proses perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta, ibu dan ayah. Terima kasih yang teramat besar karena telah mendampingi penulis sejak awal hingga bisa berada di titik ini, keinginan kedua orang tua untuk melihat penulis lulus menjadi sarjana adalah kekuatan terbesar penulis untuk tetap berjuang. Terima kasih sudah menjadi orang tua terbaik yang selalu mengusahakan apapun untuk penulis. Terima kasih karena telah mendoakan, memberi dukungan baik secara moril maupun materil, serta semangat untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tanpa kedua orang tua penulis bukan apa-apa dan bukan siapa-siapa.
8. Seluruh keluarga besar yang telah mendoakan dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat sekaligus teman seperjuangan sejak di bangku SMK, Sarah dan Aisyah. Terima kasih karena sudah menjadi saudara meskipun tidak ada ikatan darah. Terima kasih untuk semua tawa, cerita, semangat, dan dukungan yang telah diberikan sejak awal hingga skripsi ini selesai dibuat.

10. Zefanya, Mutiah, dan Marisya sahabat sekaligus teman seperjuangan sejak awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai dibuat. Terima kasih untuk semangat, tawa, susah dan senang yang dilalui bersama sehingga membuat masa perkuliahan menjadi lebih bermakna.
11. Terakhir kepada diri sendiri, Safa Ananda Rohmah Hidayati. Terima kasih karena sudah berjuang dan berusaha untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih untuk mencoba selalui ikhlas meskipun tidak semua hal selalu berjalan dengan baik dan sesuai keinginan. Meskipun terkadang sering kali putus asa dengan apa yang sedang diusahakan, terima kasih karena lebih memilih untuk menikmati dan merayakan setiap prosesnya. Semoga kedepannya penulis akan selalu bertumbuh menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan berkembang menjadi lebih baik lagi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian ini kedepannya.

Jakarta, 15 April 2026



Safa Ananda Rohmah Hidayati



Intelligentia - Dignitas

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMPLORA *COSMETICS*

Safa Ananda Rohmah Hidayati

**Dosen Pembimbing : Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum dan Dr. Dwi Atmanto,
M.Si**

ABSTRAK

Para pengguna kosmetik cenderung mudah berpindah ke merek kosmetik lain dikarenakan adanya promosi, perubahan tren, ataupun ketertarikan pada produk lain. Situasi ini menunjukkan pentingnya perusahaan untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumen melalui *brand ambassador* serta peningkatan *brand awareness* agar merek lebih mudah dikenal, dipercaya, dan diingat oleh konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk Implora Cosmetics secara parsial dan simultan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden. Berdasarkan uji secara parsial variable X1 terhadap Y diperoleh nilai signifikansi $< 0.01 < 0.05$ dan nilai T hitung $66.99 > 1.985$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Sedangkan uji secara parsial variable X2 terhadap Y diperoleh nilai signifikansi $< 0.01 < 0.05$ dan nilai T hitung $4.242 > 1.985$ sehingga H_a diterima dan H_o . Pada pengujian secara simultan didapatkan nilai signifikansi $< 0.01 < 0.05$ dengan nilai F hitung $54.031 > 3,09$ sehingga disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o , dengan kata lain bahwa *brand ambassador* dan *brand awareness* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Implora Cosmetics. Hasil penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 51.7% antara *brand ambassador* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk Implora Cosmetics, dan 48.3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Awareness*, Implora Cosmetics, Keputusan Pebelian

Intelligentia - Dignitas

THE INFLUENCCE OF BRAND AMBASSADOR AND BRAND AWARENESS ON THE PURCHASE DECISIONS OF IMPLORA COSMETICS PRODUCTS

Safa Ananda Rohmah Hidayati

Advisor: Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum and Dr. Dwi Atmanto, M.Si

ABSTRACT

Cosmetic consumers tend to switch easily from one cosmetic brand to another due to promotional activities, changing trends, or interest in competing products. This situation highlights the importance for companies to build strong relationships with consumers through the use of brand ambassador and the enhancement of brand awareness, enabling the brand to become more recognizable, trustworthy, and memorable. The purpose of this study was to examine the effect of brand ambassador and brand awareness on the purchase decisions of Implora Cosmetics products, both partially and simultaneously. This study employed a quantitative associative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents. The results of the partial hypothesis test showed that for the relationship between X_1 and Y , the significance value was $< 0.01 < 0.05$ and the T value was $66.99 > 1.985$, indicating that H_a was accepted and H_o was rejected. Similarly, for the relationship between X_2 and Y , the significance value was $< 0.01 < 0.05$ and the T value was $4.242 > 1.985$, indicating that H_a was accepted and H_o was rejected. Furthermore, the simultaneous hypothesis test yielded a significance value of $< 0.01 < 0.05$ and an F value of $54.031 > 3.09$, leading to the conclusion that H_a was accepted and H_o was rejected. In other words, band ambassador and brand awareness jointly influence the purchase decisions of Implora Cosmetics products. The findings revealed that brand ambassador and brand awareness accounted for 51.7% of the variance in purchase decisions, while the remaining 48.3% was influenced by factors outside the scope of this study.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Awareness, Implora Cosmetics, Purchase Decision

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORETIK	11
2.1 Deskripsi Konseptual.....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian Produk Implora Cosmetics	11
2.1.2 Brand Ambassador.....	17
2.1.3 Brand Awareness	20
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	22
2.3 Kerangka Teoritik.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Tujuan Penelitian	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.3 Metode Penelitian	26
3.4 Populasi dan Sampel.....	26

3.4.1	Populasi.....	26
3.4.2	Sampel.....	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.1	Instrumen Keputusan Pembelian Produk Implora <i>Cosmetics</i> (Y)	28
3.5.2	Instrumen <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	30
3.5.3	Instrumen <i>Brand Awareness</i> (X2)	31
3.6	Pengujian Validitas dan Pengujian Reliabilitas.....	33
3.6.1	Pengujian Validitas	33
3.6.2	Pengujian Reliabilitas	35
3.7	Teknik Analisis Data	36
3.7.1	Uji Statistik Deskriptif	36
3.7.2	Uji Normalitas.....	37
3.7.3	Uji Multikolinearitas.....	37
3.7.4	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.7.5	Uji Lineaeritas.....	37
3.8	Pengujian Hipotesis	38
3.8.1	Uji Regresi Linear Berganda	38
3.8.2	Uji T.....	38
3.8.3	Uji F	38
3.8.4	Koefisien Determinasi	39
3.9	Hipotesis Statistik.....	39
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Deskripsi Data	41
4.1.1	Deskripsi Data Karakteristik Responden	41
4.1.2	Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	43
4.1.3	Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Awareness</i> (X2)	45
4.1.4	Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	47
4.2	Pengujian Persyaratan Analisis Data	50
4.2.1	Uji Normalitas.....	50
4.2.2	Uji Multikolinearitas.....	50
4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	51
4.2.4	Uji Linearitas	51

4.3	Pengujian Hipotesis	52
4.3.1	Uji Regresi Linear Berganda	52
4.3.2	Uji T	53
4.3.3	Uji F	54
4.3.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Implikasi	60
5.3	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		90



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Daftar Produk Kosmetik Dekoratif Implora <i>Cosmetics</i>	16
Tabel 2. 2 Penelitian Relevan	22
Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian Produk Implora	28
Tabel 3. 2 Kriteria Penilaian Skala Likert.....	29
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen <i>Brand Ambassador</i>	30
Tabel 3. 4 Kriteria Penilaian Skala Likert.....	31
Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen <i>Brand Awareness</i>	32
Tabel 3. 6 Kriteria Penilaian Skala Likert.....	33
Tabel 3. 7 Uji Validitas Variabel X1 (Pengaruh <i>Brand Ambassador</i>).....	34
Tabel 3. 8 Uji Validitas Variabel X2 (Pengaruh <i>Brand Awareness</i>)	34
Tabel 3. 9 Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian Produk Implora)	34
Tabel 3. 10 Uji Reliabilitas Variabel X1.....	36
Tabel 3. 11 Uji Reliabilitas Variabel X2.....	36
Tabel 3. 12 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 4 Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	43
Tabel 4. 5 Kategorisasi <i>Brand Ambassador</i> (X1)	45
Tabel 4. 6 Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Awareness</i> (X2)	45
Tabel 4. 7 Kategorisasi <i>Brand Awareness</i> (X2).....	47
Tabel 4. 8 Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	48
Tabel 4. 9 Kategorisasi Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linearitas X1 Terhadap Y	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas X2 Terhadap Y	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4. 16 Hasil Uji T	54
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	55
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top 10 <i>Brand</i> Perawatan dan Kecantikan di <i>E-commerce</i>	2
Gambar 1. 2 <i>Followers</i> Instagram Implora <i>Cosmetics</i>	3
Gambar 1. 3 <i>Lip cream</i> lokal terlaris di <i>e-commerce</i> 2022.....	4
Gambar 1. 4 Top 9 <i>Market Share Lip Cream</i>	4
Gambar 2. 1 Logo Implora <i>Cosmetics</i>	15
Gambar 2. 2 Kerangka Teoritik	25
Gambar 4. 1 Grafik Histogram Statistik Deskriptif Variabel X1.....	44
Gambar 4. 2 Grafik Histogram Statistik Deskriptif Variabel X2.....	46
Gambar 4. 3 Grafik Histogram Statistik Deskriptif Variabel Y	48



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pendahuluan	65
Lampiran 2 Kuesioner Uji Coba	67
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Uji Coba Variabel X1	72
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Uji Coba Variabel X2	72
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner Uji Coba Variabel Y	73
Lampiran 6 Uji Validitas Variabel X1	73
Lampiran 7 Uji Reliabilitas Variabel X1	74
Lampiran 8 Uji Validitas X2.....	74
Lampiran 9 Uji Reliabilitas Variabel X2	74
Lampiran 10 Uji Validitas Variabel Y	75
Lampiran 11 Uji Reliabilitas Variabel Y	75
Lampiran 12 Kuesioner Penelitian Lapangan	76
Lampiran 13 Tabulasi Data Variabel X1	82
Lampiran 14 Tabulasi Data Variabel X2	83
Lampiran 15 Tabulasi Data Variabel Y	84
Lampiran 16 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	85
Lampiran 17 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	85
Lampiran 18 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	85
Lampiran 19 Analisis Statistik Deskriptif.....	85
Lampiran 20 Kategorisasi Variabel X1.....	86
Lampiran 21 Kategorisasi Variabel X2.....	86
Lampiran 22 Kategorisasi Variabel Y.....	86
Lampiran 23 Uji Normalitas	86
Lampiran 24 Uji Multikolinearitas	87
Lampiran 25 Uji Heteroskedastisitas	87
Lampiran 26 Uji Linearitas X1 Terhadap Y	87
Lampiran 27 Uji Linearitas X2 Terhadap Y	87
Lampiran 28 Uji Regresi Linear Berganda	87
Lampiran 29 Uji T.....	88
Lampiran 30 Uji F.....	88
Lampiran 31 Uji Koefisien Determinasi.....	88
Lampiran 32 Penyebaran Kuesioner Melalui Direct Message (DM).....	88
Lampiran 33 Surat Validasi Instrumen Penelitian	89
Lampiran 34 Lembar Pengesahan Ujian Skripsi.....	89

Intelligentia - Dignitas