

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*SKINCARE AVOSKIN***



Oleh :

MARULLY WAHYU SUSILORINI

NPM : 21.1.02.80188

Program Studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA**

2025

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*SKINCARE AVOSKIN***



Oleh :

MARULLY WAHYU SUSILORINI

NPM : 21.1.02.80188

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*SKINCARE AVOSKIN***

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

Oleh :

MARULLY WAHYU SUSILORINI

NPM : 21.1.02.80188

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2025**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*SKINCARE AVOSKIN***

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

MARULLY WAHYU SUSILORINI

NPM: 21.1.02.80188

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

pada tanggal 13 September 2025

Susunan Tim Penguji:

Ketua : Dr. Nur Laily, M.Si

**Anggota : 1. Sulistyو Budi Utomo, BBA., M.A., Ec., Ph.D.
2. Drs. Ec. Yahya, M.M.**

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Sulistyو Budi Utomo, BBA., M.A., Ec., Ph.D.



Prof. Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



Prof. Dr. Nur Fadrijih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : Marully Wahyu Susilorini

NPM : 21.1.02.80188

menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH DIGITAL MARKETING, BRAND AMBASSADOR, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE AVOSKIN

Diajukan untuk diuji pada tanggal 13 September 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat, atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 13 September 2025

Yang membuat pernyataan,



Marully wahyu Susilorini

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Marully Wahyu Susilorini
NPM : 21.1.02.80188
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 20 Maret 2000
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 1 (Satu)/ 4 (Empat)
Alamat Rumah : Mutiara Citra Graha Blok J1-11, Bligo -
Candi, Sidoarjo.
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Sugeng Wahyudi
Alamat Rumah/Telepon : Mutiara Citra Graha Blok J1-11, Bligo -
Candi, Sidoarjo.
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Karyawan Swasta

C. Riwayat Pendidikan

1. Tamat SD di SD Negeri Bligo Tahun 2012
2. Tamat SMP di MTS NU Sidoarjo Tahun 2015
3. Tamat SMA di SMA Negeri 1 Waru Tahun 2018
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VIII	2021-2025	-

D. Riwayat Pekerjaan

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Marully Wahyu Susilorini

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing, Brand Ambassador, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin*”. Penyusunan skripsi ini ditujukan guna untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu. Sehingga penulis pada kesempatan kali ini ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si, Ak., CA, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwitho, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Sulistyio Budi Utomo, BBA., M.A. Ec., Ph.D. selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing dengan baik, sabar, memberikan motivasi, serta saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
4. Muktar Redy Susila, S.Si, M.Si, selaku dosen wali SMX yang memberikan bimbingan dan pengarahan selama masa perkuliahan.

5. Bapak dan Ibu Dosen serta para Staf STIESIA yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama proses perkuliahan sehingga dapat dipergunakan sebagai acuan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kepada Keluarga penulis tercinta atas segala bentuk kasih sayang, cinta, semangat, perhatian dukungan serta doanya yang tiada henti untuk mendoakan anaknya.
7. Keluarga besar SMX angkatan 2021 yang selalu membuat kondisi kelas menjadi kondusif, bercanda, serius, ataupun bertengkar saat belajar bersama di masa perkuliahan.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas segala informasi yang diberikan, dukungan serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala keterbatasan, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Penulis mengharapkan adanya masukan berupa kritik dan saran dari pembaca untuk kedepannya skripsi ini dikembangkan lagi.

Surabaya, 30 Juli 2025



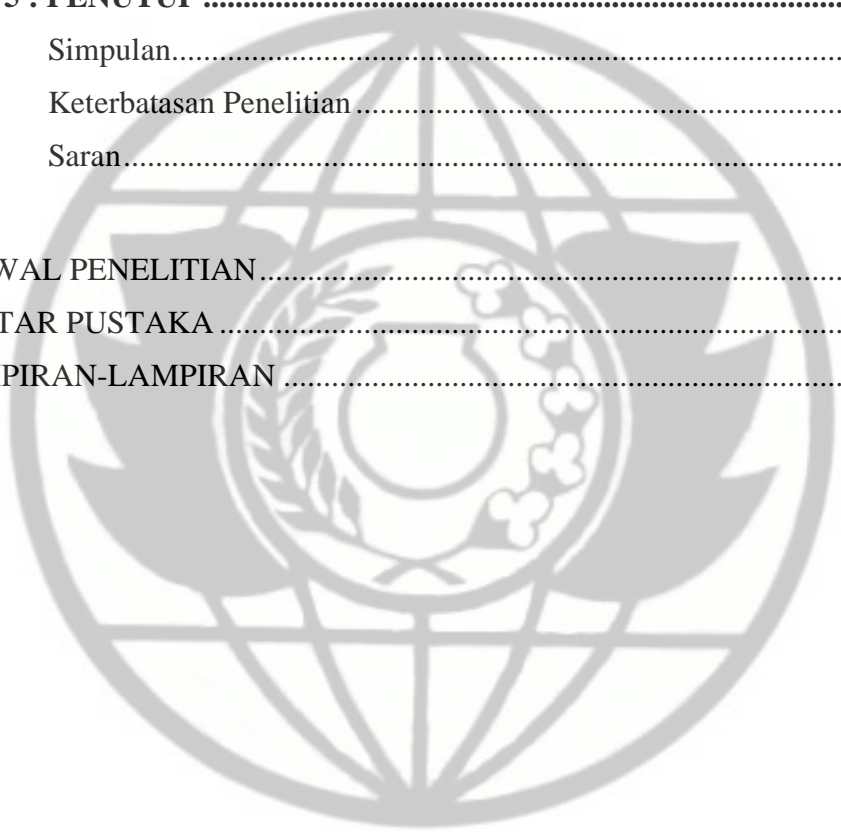
Marully Wahyu Susilorini

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	14
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	15
2.1 Tinjauan Teoritis	15
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Digital Marketing.....	16
2.1.3 Brand Ambassador.....	21
2.1.4 Harga.....	24
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu:	31
2.3 Rerangka Konseptual	33

2.4	Pengembangan Hipotesis	33
2.4.1	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Keputusan Pembelian.....	33
2.4.2	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Keputusan Pembelian	34
2.4.3	Pengaruh Harga Keputusan Pembelian	34
BAB 3 : METODE PENELITIAN		36
3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	36
3.1.1	Jenis Penelitian.....	36
3.1.2	Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian.....	36
3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.3	Teknik Pengambilan Data	39
3.3.1	Jenis Data	39
3.3.2	Sumber Data.....	39
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	40
3.4.1	Variabel Penelitian.....	40
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.5	Teknik Analisis Data.....	43
3.5.1	Uji Instrumen	44
3.5.2	Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.5.4	Uji Kelayakan Model.....	47
3.5.5	Uji Hipotesis (Uji t)	48
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.2	Deskriptif Karakteristik Responden.....	50
4.1.3	Deskriptif Hasil Penelitian	55
4.1.4	Uji Validitas dan Realibilitas	61
4.1.5	Uji Asumsi Klasik.....	63
4.1.6	Analisis Regresi Linier Berganda	67

4.1.7	Uji Kelayakan Model	69
4.1.8	Uji Hipotesis	71
4.2	Pembahasan	73
4.2.1	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.2.2	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.2.3	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB 5 : PENUTUP		77
5.1	Simpulan.....	77
5.2	Keterbatasan Penelitian	78
5.3	Saran.....	78
JADWAL PENELITIAN		80
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN-LAMPIRAN		84



DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1 Penelitian Terdahulu	31
2 Skala <i>Likert</i>	40
3 Karakteristik Responden Berkaitan Dengan Jenis Kelamin	50
4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	53
7 Karakteristik Responden Berdasarkan Budget <i>Skincare</i>	54
8 Interval Kelas	55
9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Digital Marketing</i>	56
10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Ambassador</i>	57
11 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	58
12 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian...	60
13 Hasil Uji Validitas.....	61
14 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
15 Hasil Uji Normalitas	64
16 Hasil Uji Multikolinieritas	66
17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
19 Hasil Uji Statistik F.....	71
20 Hasil Uji t.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak	6
2 Data 10 Brand Skincare Terlaris di E-Commerce	9
3 Rerangka Konseptual	33
4 Hasil Uji Normalitas	65
5 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1 Kuesioner	84
2 Tabulasi Kuesioner.....	89
3 Output SPSS.....	101
6 Surat Tugas Bimbingan Penulisan Skripsi.....	118
7 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	119
8 Surat Keterangan Selesai Riset	120
9 Sertifikat Seminar Hasil Penelitian	121
10 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	122
11 Surat Hasil Presentase Plagiasi	124
12 Berita Acara Bimbingan Penulisan Skripsi	126

