

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Brand Ambassador*, *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*, dan *Lifestyle* terhadap keputusan pembelian *Sunscreen Azarine* di Kabupaten Kebumen. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu teknik pemilahan anggota sampel dengan mempertimbangkan syarat-syarat yang ditetapkan. Responden dalam penelitian ini adalah perempuan yang pernah melakukan pembelian *Sunscreen Azarine* di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistik yang dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *Brand Ambassador*, *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*, dan *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand Ambassador*, *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*, dan *Lifestyle* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

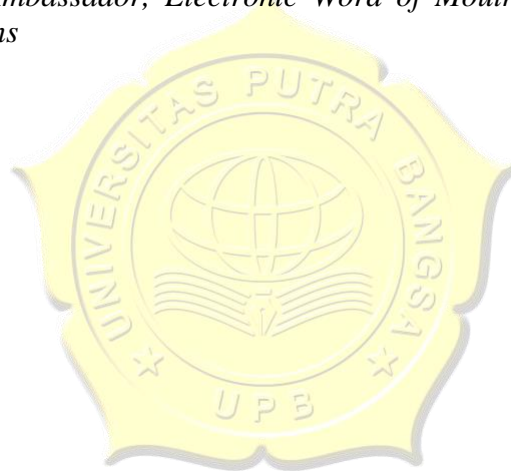
**Kata Kunci:** *Brand Ambassador*, *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*, *Lifestyle*, Keputusan Pembelian.



## ABSTRACT

*This research aims to test and analyze the influence of Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth (e-WOM), and Lifestyle on purchasing decisions for Azarine Sunscreen in Kebumen Regency. The sampling method used is a non-probability sampling technique with a purposive sampling method, namely a technique for sorting sample members by considering the specified conditions. Respondents in this study were women who had purchased Azarine sunscreen in Kebumen Regency. This research uses descriptive and statistical analysis methods which carry out validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression tests. The results obtained in this research show that partially Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth (e-WOM), and Lifestyle has a significant influence on purchasing decisions. Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth (e-WOM), and Lifestyle simultaneously influence purchasing decisions.*

**Keywords:** *Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth (e-WOM), Lifestyle, Purchasing Decisions*



## **MOTTO**

“Jangan pernah meremehkan orang lain tanpa melihat cara dia berusaha”  
(BTR Ryzen)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam dan telah diselesaikannya Skripsi ini Penulis mempersembahkan kepada:

1. Kedua orangtua saya, yaitu Ayah Nurkhalim, S.Ag, dan Ibu Fitriyah terimakasih untuk segala doa, dukungan, dan pengertiannya.
2. Nenek saya, Siti Mangiyah yang selalu memberikan support serta mendoakan yang terbaik untuk Penulis.
3. Adik saya, Diah Laeli Maghfiroh dan Aida Hasna Afiifah terimakasih telah membantu dan memberikan semangat kepada Penulis.
4. Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E., M.Si yang telah membimbing saya dengan baik dan penuh kesabaran sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
5. Teruntuk Putri Novitasari, terimakasih telah meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya untuk menemani penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman Manajemen Reguler F yang selalu memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh responden atau konsumen yang melakukan pembelian pada produk *Sunscreen* Azarine yang telah bersedia mengisi kuesioner sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*, dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian *Sunscreen Azarine* di Kabupaten Kebumen.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literature. Namun penulis sangat sadar bahwa dalam penulisan ini tentu masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua karena masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan fisik, memberikan bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.

2. Bapak Parmin, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Segenap dosen dan Staff Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui kegiatan belajar mengajar.
5. Kedua orang tua dan adik saya, yang selalu memberikan perhatian, doa, dan dukungannya selama ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu proses terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Semoga dengan selesainya penyusuna skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 13 Juni 2024

Penulis,

Aulia Maulida Hakimah  
NIM 205504042

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PLAGIARISME .....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori .....	15
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	15

2.1.2. <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> .....	22
2.1.3. <i>Brand Ambassador</i> .....	24
2.1.4. <i>Lifestyle</i> .....	27
2.2. Hubungan Antar Variabel .....	31
2.3.1. Hubungan Variabel <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> dengan Keputusan Pembelian .....	31
2.3.2. Hubungan Variabel <i>Brand Ambassador</i> dengan Keputusan Pembelian .....	32
2.3.3. Hubungan Variabel <i>Lifestyle</i> dengan Keputusan Pembelian .....	33
2.3. Penelitian Terdahulu .....	33
2.4. Model Empiris .....	41
2.5. Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
3.1. Objek dan Subjek Penelitian .....	43
3.1.1 Objek Penelitian .....	43
3.1.2 Subjek Penelitian .....	43
3.2. Variabel Penelitian .....	43
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	44
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data .....	48
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.5.1 Jenis Data .....	50
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.6. Populasi dan Sampel .....	52
3.6.1. Populasi .....	52
3.6.2. Sampel .....	52



3.7. Teknik Analisis .....	54
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	54
3.7.2. Analisis Statistik.....	54
1. Uji Instrumen.....	55
2. Uji Asumsi Klasik .....	57
3. Analisa Regresi Linier Berganda .....	59
4. Uji Hipotesis .....	59
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	63
4.2. Analisis Deskriptif.....	63
4.3. Analisis Statistik.....	67
4.4. Pembahasan.....	80
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>84</b>
5.1. Simpulan.....	84
5.2. Keterbatasan .....	85
5.3. Implikasi.....	86
5.3.1. Implikasi Praktis.....	86
5.3.2. Implikasi Teoritis .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Data Penjualan Sunscreen Lokal Terlaris Periode 17-31 Mei 2022 .....	5
Tabel I- 2 Mini Riset Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine.....	6
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Keputusan Pembelian .....	45
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	46
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Brand Ambassador .....	47
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Lifestyle .....	48
Tabel III- 5 Jawaban Instrumen Skala Likert.....	49
Tabel III- 6 Jawaban Modifikasi Instrumen Skala Likert .....	49
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan) .....	64
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	65
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	67
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	69
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Electronic Word of Mouth (e-WOM). 69	
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Lifestyle .....	70
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	71
Tabel IV- 9 Uji Reliabilitas Variabel .....	71
Tabel IV- 10 Uji Normalitas .....	72
Tabel IV- 11 Uji Multikolinearitas .....	73
Tabel IV- 12 Regresi Linear Berganda .....	75
Tabel IV- 13 Uji Parsial (Uji t) .....	77
Tabel IV- 14 Uji Simultan (Uji F).....	79

Tabel IV- 15 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... 80



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Proses Keputusan Pembelian .....	16
Gambar II- 2 Model Empiris.....	42
Gambar IV- 1 Uji Heteroskedastisitas .....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Data Responden.....	97
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden .....	100
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	104
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	107
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	108
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	109
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	110
Lampiran 9 Tabel R .....	111
Lampiran 10 Tabel t.....	114
Lampiran 11 Tabel F.....	117
Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi.....	120
Lampiran 13 Kartu Seminar Proposal.....	121

