

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *NAIL ART BELLANESHOP***



**Disusun Oleh:**

**NABILAH MUFLIH NOFRIARTA**

**NPM 2020510027**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI  
FAKULTAS EKONOMI  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

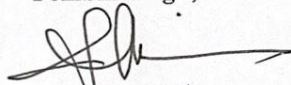
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Trust  
Terhadap Keputusan Pembelian

Nama : Nabilah Muflih Nofriarta  
NPM : 2020510027  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Pembimbing I : Dr.Siti Komariah Hildayanti,MM.,CIRR,CLMA  
Pembimbing II : Roswaty , SE.,MSI  
Tanggal Ujian Skripsi : Berdasarkan SK yang sudah ditetapkan

Palembang, 13 Agustus 2024

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Dr.Siti Komariah  
Hildayanti,MM.,CIRR,CLMA  
NIDN . 0201077392

Pembimbing II,



Roswaty , SE.,MSI  
NIDN. 0219096301

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc  
NIDN. 0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI  
  
UIG

Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D  
NIDN. 0208048701

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

**Judul Skripsi** : Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian

**Nama** : Nabilah Muflih Nofriarta

**NPM** : 2020510027

**Program Studi** : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

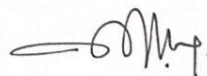
**Ketua Penguji** :

**Dr.Siti Komariah Hildayanti,MM.,CIRR,CLMA**  
NIDN. 0201077392

**Penguji I** :

**Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D**  
NIDN. 0208048701

**Penguji II** :



**Yeni, SE.,M.Si**  
NIDN.0204017801

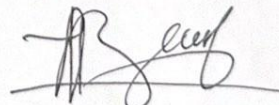
Disahkan Oleh,

**Ketua Program Studi Manajemen**



**Shafiera Lazuarni, SE.,M.Sc**  
NIDN. 0213109401

**Dekan Fakultas Ekonomi**



**Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D**  
NIDN. 0208048701



## LEMBAR REVISI

Nama : Nabilah Muflih Nofriarta  
NPM : 2020510027  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Trust  
Terhadap Keputusan Pembelian

Ketua Penguji :




**Dr.Siti Komariah Hildayanti,MM.,CIRR,CLMA**  
NIDN : 0201077392

Penguji I :



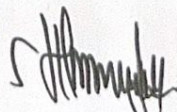
**Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D**  
NIDN. 0208048701

Penguji II :



**Yeni, SE.,M.Si**  
NIDN.0204017801

**Palembang, 14 Agustus 2024**  
**Ketua Program Studi Manajemen**



**Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc**  
NIDN. 0213109401

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabilah Muflih Nofriarta

NPM 2020510027

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta penulisan dalam pembahasan dan kesimpulan yang ada dalam karya ilmiah ini, kecuali yang secara jelas disebutkan sumbernya, adalah hasil pemikiran, penelitian, pengolahan, dan penulisan saya sendiri dengan pengawasan dari pembimbing akademik dan tidak terdapat di dalamnya penjiplakan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan gelar yang diperoleh melalui penulisan karya ilmiah ini.

Palembang, 02 Agustus 2024



Nabilah Muflih Nofriarta  
2020510027

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nail Art Bellaneshop” Dalam menyusun skripsi ini, saya telah mendapat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM., CIRR., CLMA selaku Dosen Pembimbing I dan Roswaty, SE.,M.Si selaku dosen pembimbing II. Terima kasih telah menyempatkan waktu untuk membimbing dan membantu penulis menyelesaikan penelitian ini, serta saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang telah memberikan didikan dan ilmu yang berharga selama berkuliah.
6. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuan, kenyamanan, dan keamanan selama kuliah.
7. Papa dan Mama serta kakak tersayang, Terimakasih atas segala dukungan yang telah diberikan dalam bentuk kasih sayang, doa dan semangat. Cinta kasih yang sangat berarti bagi penulis.
8. Teman-teman yang penuh dukungan kepada penulis
9. Orang yang telah bersedia memberikan support secara material dalam melakukan penulisan penelitian ini

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, Agustus 2024

Penulis,

Nabilah Muflih Nofriarta

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR REVISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR KEASLIAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>3</b>
1.1 Latar Belakang.....	3
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>21</b>
2.1 Manajemen Pemasaran.....	21
2.2 Brand Ambassador.....	22
2.2.1 Karakteristik Brand Ambassador.....	24
2.2.2 Manfaat Brand Ambassador.....	25
2.2.3 Indikator Brand Ambassador.....	26
2.2 Brand Trust.....	27
2.2.1 Karakteristik Brand Trust.....	28
2.2.2 Tipe-Tipe Brand Trust.....	30
2.2.3 Indikator Brand Trust.....	31
2.3 Keputusan Pembelian.....	32
2.3.1 Tahapan Keputusan Pembelian.....	32
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	39
2.4 Penelitian Terdahulu.....	40
2.2 Kerangka Pemikiran.....	44
2.6 Hipotesis.....	45
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	46
3.1.1 Objek Penelitian.....	46
3.1.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
3.1.3 Batasan Penelitian.....	47
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.2.1 Jenis Data.....	47
3.2.2 Sumber Data.....	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4 Populasi dan Sampel.....	49



3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel.....	50
3.5 Teknik Analisis Data.....	51
3.5.1 Uji Kualitas Data.....	51
3.5.1.1 Uji Validitas.....	51
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	52
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas.....	52
3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	53
3.5.3 Regresi Linier Berganda.....	53
3.5.1.7 Uji Parsial (Uji t).....	54
3.5.1.8 Uji Simultan (Uji F).....	54
3.5.1.9 Analisis Koefisien Determinan (Adjusted R2).....	55
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	58
4.1.1 Karakteristik Responden.....	59
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.1.1.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	65
4.2.1.1 Uji Kualitas Data.....	67
4.2.1.1 Uji Validitas.....	67
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	68
4.1.2 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.1.2.1 Uji Normalitas.....	70
4.1.2.2 Uji Multikolinearitas.....	73
4.1.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	74
4.1.3 Regresi Linier Berganda.....	76
4.1.4 Uji Hipotesis.....	77
4.1.4.1 Uji t.....	77
4.1.4.2 Uji F.....	78
4.1.4.3 Koefisien Determinasi.....	80
4.1.4.3 Koefisien Korelasi.....	81
4.2 Pembahasan.....	83
4.2.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.2.2 Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.2.3 Pengaruh Brand Ambassador Brand Trust Terhadap Keputusan.....	Pembelian92
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	96