

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MAYBELLINE PADA GEN Z
(Studi Kota Tanjungpinang)**

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



**RIKA PUTRI ANGGI ANNA
NIM. 2104020139**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG
2026**

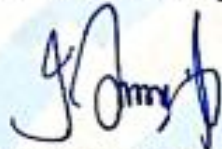
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Rika Putri Anggi Anna
Nim : 2104020139
Jurusan : Manajemen Bisnis
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelline Pada Gen Z (Studi Kota Tanjungpinang)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



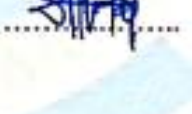
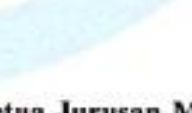
Hj. Iranita, M.Si
NIP. 197008272021212003

Dosen Pembimbing II



Sufniravanti, M.E.
NIP. 199208122022032011

Panitia Penguji,

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Kiki Wulandari, SE., MM</u> NIP. 199201212019032018	Ketua Penguji		6/8 26
<u>Nurhasanah, SE., M.Si</u> NIP. 198309082024212016	Penguji I		13/08 2026
<u>Siti Arita Novia., M.Si</u> NIP. 199611162024062003	Penguji II		13/08 2026
<u>Hj. Iranita, M.Si</u> NIP. 197008272021212003	Penguji III		10/8 2026
<u>Sufniravanti, M.E.</u> NIP. 199208122022032011	Penguji IV		6/8/2026

Tanggal Lulus: 03 Agustus 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim



Dr. Myrna Sofia, SE., M.Si
NIP. 198207032015042001

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis



Risdy Absari Indah Pratiwi, SE., M.Si
NIP. 199012132018032001

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Rika Putri Anggi Anna
Nim : 2104020139
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : “ Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelline Pada
Gen Z (Studi Kota Tanjungpinang)”

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi

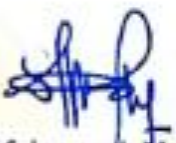
Tanjungpinang, 30 Juli 2026

Menyetujui

Dosen Pembimbing I


Hj. Iranita, M.Si
NIP.197008272021212003

Dosen Pembimbing II


Sufairayanti, M.E.
NIP. 199208122022032011

Mengetahui,

Koordinator Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Maritim Universitas Maritim
Raja Ali Haji


Ezky Tiya Siningsih, S.E., M.Si
NIP. 199202052022032010

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Rika Putri Anggi Anna
NIM : 2104020139
Jurusan : Manajemen Bisnis
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelline Pada Gen Z (Studi Kota Tanjungpinang)

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah 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 Maritim Raja Ali Haji

Tanjungpinang, 10 Agustus 2026
Yang membuat pernyataan,



Rika Putri Anggi Anna
NIM. 2104020139

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Pengaruh *Brand ambassador* Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelline Pada Gen Z (Studi Kota Tanjungpinang).

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Sarjana Manajemen (S.M) Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Sehubungan dengan selesainya Skripsi ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi, DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji
2. Ibu Dr. Myrna Sofia, SE., M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji
3. Ibu Ezky Tiyasiningsih, S.E., M.Si sebagai Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Ibu Hj. Iranita., M.Si sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan masukan dan sarannya dalam penelitian ini
5. Ibu Sufnirayanti M.E sebagai dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan dan sarannya dalam penelitian ini
6. Kepada kedua orang tua dan keluarga besar yang telah mendukung hingga

akhirnya proposal penelitian ini dapat diselesaikan

7. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada teman-teman yang telah banyak memberikan masukan dan saran

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya akhir (Skripsi) dapat bermanfaat bagi kita semua.

Tanjungpinang, 10 Juli 2026
Penulis



Rika Putri Anggi Anna
NIM. 2104020139



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4. Pembatasan Masalah	12
1.5. Tujuan Penelitian	12
1.6. Manfaat Penelitian	13
1.7. Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1.Kajian Pustaka	16
2.1.1. <i>Grand Theory</i>	16

2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.3 <i>Brand ambassador</i>	19
2.1.4.1 Pengertian <i>Brand ambassador</i>	19
2.1.4.2 Fungsi Penggunaan <i>Brand ambassador</i>	21
2.1.4.3 Peran <i>Brand ambassador</i>	22
2.1.4.4 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand ambassador</i>	22
2.1.4.5 Indikator <i>Brand ambassador</i>	23
2.1.5 <i>Brand image</i>	26
2.1.5.1 Pengertian <i>Brand image</i>	26
2.1.5.2 Komponen Yang Membentuk <i>Brand image</i>	27
2.1.5.3 Indikator <i>Brand image</i>	29
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	31
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	31
2.1.6.2 Tipe Keputusan Pembelian	33
2.1.6.3 Proses Pengambilan Keputusan	34
2.1.6.4 Indikator Keputusan Pembelian	35
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran	42
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	44
2.5 Hipotesis	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	49
3.2. Metode Penelitian	49

3.3. Operasional Variabel Penelitian	51
3.4 Metode Penentuan Populasi atau Sampe	53
3.5. Prosedur Pengumpulan Data	54
3.6. Metode Analisis	55
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1. Deskripsi Unit Analisis	62
4.1.1 Gambaran Umum Responden	62
4.1.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	63
4.1.2.1 Uji Kualitas Data	63
4.1.2.2 Deskripsi Tanggapan Responden	66
4.1.2.3 Uji Asumsi Klasik	79
4.1.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
4.1.2.5 Hasil Uji t	85
4.1.2.6 Hasil Uji F	87
4.1.2.7 Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	89
4.2 Pembahasan	90
4.2.1 Pengaruh <i>Brand ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	90
4.2.2 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Keputusan Pembelian	93
BAB V PENUTUP.....	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kosmetik Populer Tahun 2023	2
Tabel 2.1	Review Penelitian Terdahulu	35
Tabel 2.2	Hasil Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	49
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	61
Tabel 4.3	Pengujian Validitas Variabel Penelitian.....	62
Tabel 4.4	Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian.....	63
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Variabel <i>Brand ambassador</i>	64
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Variabel <i>Brand image</i>	69
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.8	Analisa Perhitungan Regresi	82
Tabel 4.9	Uji t	84
Tabel 4.10	Hasil Uji Simultan Dengan Uji F	86
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Untuk Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas dengan Histogram	80
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Gambar P-P Plot	80
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Uraian
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 1-1	Pengantar Kuesioner
Lampiran 1-2	Data Demografi & Persetujuan Kuesioner
Lampiran 1-3	Petunjuk Pengisian Kuesioner
Lampiran 1-4	Kuesioner Brand Ambassador dan Brand Image
Lampiran 1-5	Kuesioner Keputusan Pembelian
Lampiran 2	Hasil Score Penelitian
Lampiran 2-1	Variabel Brand Ambassador (X1)
Lampiran 2-2	Variabel Brand Image (X2)
Lampiran 2-3	Variabel Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran 3	Hasil Pengujian SPSS
Lampiran 3-1	Pengujian Validitas Keputusan Pembelian
Lampiran 3-2	Pengujian Validitas Brand Ambassador
Lampiran 3-3	Pengujian Validitas Brand Image
Lampiran 3-4	Pengujian Reliabilitas
Lampiran 3-5	Hasil Uji Regresi dan Hipotesis
Lampiran 4	Dokumentasi Penelitian
Lampiran 4-1	Dokumentasi Penelitian Lapangan