

**PENGARUH MEDIA IKLAN, *BRAND AMBASSADOR*, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
WARDAH  
(Studi Kasus Konsumen Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa  
Cikarang Prodi Manajemen)**

SKRIPSI



OLEH :  
MICHAEL CHRISTIANTO  
NIM :112011017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH MEDIA IKLAN, *BRAND AMBASSADOR*, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
WARDAH  
(Studi Kasus Konsumen Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa  
Cikarang Prodi Manajemen)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH:**  
Michael Christianto  
NIM :112011017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

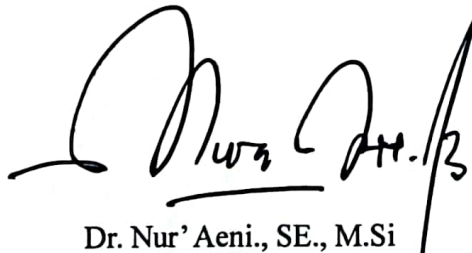
Yang bertandatangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi:

Nama Mahasiswa : Michael Christianto  
NIM : 112011017  
Judul Skripsi : Pengaruh media iklan, *brand ambassador*, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah (studi kasus konsumen mahasiswa universitas pelita bangsa cikarang prodi manajemen)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 27 Juli 2024

Pembimbing,



Dr. Nur' Aeni., SE., M.Si  
NIDN : 0405127503

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA IKLAN, BRAND AMBASSADOR, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH  
(Studi Kasus Konsumen Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Prodi Cikarang  
Manajemen)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Michael Christianto

112011017

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari sabtu tanggal 27 bulan Juli tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

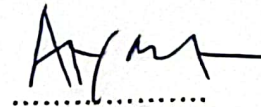
**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

Ketua Penguji

Kuwat Riyanto, S.E.,M.M., D.B.A

NIDN : 0417087905

Tanda Tangan



Anggota Penguji

Andrianto Prasetya Nugroho, S.E, M.M.

NIDN : 0424069301

Tanda Tangan



Mengetahui,

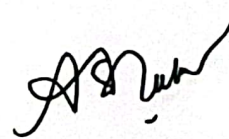
Kaprodi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc

NIDN : 0406068402



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M

NIDN : 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Michael Christianto

NIM : 112011017

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tugas Akhir/Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tugas Akhir/Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 27 Juli 2024

Tanda Tangan



Michael Christianto

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuan”

(Q.S Al-Baqarah:286)

“Hidup yang tidak di pertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan, dan untuk memulai hal yang baru mencoba sesuatu yang lain yang memang terkadang kita harus mempertaruhkan apa yang kita punya.

( Najwa Shihab )

“Orang lain gak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hannya bagian *succes stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini”

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah Swt yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan juga sholawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan cahaya dalam kehidupan di dunia ini, semoga syafa'at Beliau selalu menyertai penulis. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta kasih kepada :

1. Ayahanda Yudi Hartono, dan Ibuku tersayang Margaretha Christianti dan seluruh keluarga besar yang senantiasa selalu mendoakan serta menginginkan yang terbaik untukku.
2. Ibu Dr. Nur'Aeni., SE., M.Si selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan telah sabar membimbing dalam menyusun tugas akhir/skripsi sampai selesai.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang senantiasa selalu memberikan ilmu pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.

4. Pasangan saya yang sudah memberikan semangat kepada saya yaitu Adinda Risqi Rahmadina.
5. Teman seperjuangan saya yaitu Gilang Pradana dan Adi Jaya Putra yang turut serta selalu berjuang bersama menyelesaikan skripsi ini.
6. Diri sendiri karena sudah berjuang dan mampu pengerjaan skripsi sejauh ini

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi ini dengan judul “Pengaruh media iklan, *brand ambassador*, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah (studi kasus konsumen mahasiswa universitas pelita bangsa cikarang prodi manajemen)”. Tujuan dari pada penulisan Skripsi adalah untuk mengajukan proses tugas akhir skripsi sebagai syarat untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa.

Sehubungan dengan selesainya Tugas Akhir/Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Allah Swt Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan agar bisa dalam menyusun skripsi dengan lancar.
2. Ibu Dr. Nur'Aeni., SE., M.Si selaku dosen pembimbing Utama yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, dan berikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
3. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS, S.E.,M.Sc. dan Bapak Wahid Hasyim., S.E., M.M selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Tugas Akhir/Skripsi Mahasiswa.
4. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil terhadap penulis.
5. Bapak Hamzah Muhammad M.,SKM.,M.M. selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati serta membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal



bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.

7. Orang tuaku tercinta yang telah membesarkan, mendidik, serta mendoakan saya dengan penuh kesabaran, keteladanan, serta pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin Yaa Rabbal 'alamin.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas diskusi, saran serta semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan moment di saat sedang berdiskusi bersama pada masa perkuliahan.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.

Bekasi, 27 Juli 2024

Penulis,

Michael Christianto

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>ABSTRAK</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
1.5 Sistematika Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2 Media Iklan .....	18
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	20
2.1.4 Harga.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	23
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	30
2.3.1 Hipotesis .....	30
2.3.2 Model Penelitian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Jadwal Penelitian .....	37
3.3 Kerangka Konsep Penelitian.....	38
3.3.1 Desain Kerangka Penelitian .....	38
3.3.2 Deskripsi operasional variabel penelitian .....	39
3.4 Populasi dan Sampel .....	40
3.5 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5.1 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.5.2 Metode Pengumpulan data.....	42

3.6	Metode Analisis Data.....	44
3.6.1	Analisis <i>Outer Model</i> .....	44
3.6.2	Analisis <i>Inner Model</i> .....	46
3.6.3	Uji Hipotesis .....	46
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.1.2	Visi Wardah .....	47
4.1.3	Misi Wardah.....	48
4.2	Analisis Data.....	48
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.1	Kesimpulan .....	60
5.2	Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>62</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Komparasi Brand Sabun Pembersih Wajah Sumber : ( <i>Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap   Top Brand Award, n.d.</i> ).....	3
Gambar 1. 2 Wardah Nature Daily Aloe Hydramilid Facial Wash .....	5
Gambar 1. 3 Wardah Perfect Bright Creamy Foam Bright + Oil Control .....	5
Gambar 1. 4 Wardah Lightening Whip Facil Foam .....	6
Gambar 1. 5 Acnederm Pure Foaming Cleanser .....	6
Gambar 1. 6 Peringkat Sabun Cuci Muka Wardah Terbaik .....	7
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	34
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	38
Gambar 4. 1 Diagram Usia.....	49
Gambar 4. 2 Digram Jenis Kelamin.....	49
Gambar 4. 3 Diagram Status .....	50
Gambar 4. 4 Diagram Pendidikan Akhir.....	50
Gambar 4. 5 Diagram Pekerjaan .....	51
Gambar 4. 6 Diagram Pendapatan .....	52
Gambar 4. 7 Path Outer Model .....	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2 TOP BRAND INDEKS PRODUK SABUN CUCI MUKA .....	3
Tabel 1. 3 Celah Penelitian.....	12
Tabel 3. 1 Uraian Kegiatan Penelitian.....	37
Tabel 3. 2 Tabel Oprasional Variabel .....	39
Tabel 3. 3 Pengukuran Skala Instrumen.....	44
Tabel 4. 1 Outer Loading .....	54
Tabel 4. 2 Average Variance Extracted (AVE).....	55
Tabel 4. 3 <i>Composite Reability</i> .....	55
Tabel 4. 4 Cronbach's Alpha .....	56
Tabel 4. 5 R-Square.....	56
Tabel 4. 6 Path Coefficient.....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 TOP BRAND INDEKS PRODUK SABUN CUCI MUKA .....	67
Lampiran 2 10 REKOMENDASI SABUN CUCI MUKA WADAH TERBAIK .	68
Lampiran 3 ANALISIS 4P/4C MIX MARKETING SABUN CUCI MUKA WARDAH.....	69
Lampiran 4 Mapping Jurnal .....	73
Lampiran 5 Kuisisioner .....	94
Lampiran 6 OUTER MODEL.....	98
Lampiran 7 INNER MODEL.....	100
Lampiran 8 Tabel Tabulasi Kuesioner.....	101

***THE INFLUENCE OF ADVERTISING MEDIA, BRAND AMBASSADORS,  
AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS FOR WARDAH PRODUCTS  
(Case Study of Pelita Bangsa University Student Consumers in Management  
Cikarang Study Program)***

**Michael Christianto<sup>1)</sup>  
Nur'Aeni<sup>2)</sup>**

***ABSTRACT***

*Community activities have returned to normal after two years of Indonesia being affected by the Covid Outbreak - 19. Teenagers do a lot of activities that require them to be outdoors, resulting in the accumulation of dirt and dust on the face which can cause facial skin to become dull, and have an impact on their appearance and self-confidence, this of course will not be separated from a product that can clean and care for facial skin. One of the companies that compete in facial cleansing products is PT Paragon Technology and Innovation (PTI) with the Wardah product brand. Based on Top Brand data, Wardah face wash soap is ranked the fourth most widely used face wash soap. The purpose of this study was to test whether advertising media, brand ambassadors, prices have an effect on purchasing decisions for Wardah products with a total population in this study of 1,331 but after calculating using the slovin formula, a sample size of 93 people was obtained. Using a questionnaire method in data collection and tested using SmartPLS 3.0 software. Resulting in the influence of advertising media has a positive and significant effect, the influence of brand ambassadors has a positive and insignificant effect, price has a significant positive effect.*

***Keywords Advertising Media, Brand Ambassador, Price, Purchase Decision.***

**PENGARUH MEDIA IKLAN, *BRAND AMBASSADOR*, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH  
(Studi Kasus Konsumen Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Prodi  
cikarang Manajemen)**

**Michael Christianto<sup>1)</sup>  
Nur'Aeni<sup>2)</sup>**

**ABSTRAK**

Aktivitas masyarakat telah kembali seperti sebelumnya setelah dua tahun Indonesia terdampak Wabah Covid – 19. Para remaja banyak melakukan aktivitas mengharuskan mereka berada di luar ruangan, mengakibatkan menumpuknya kotoran dan debu di wajah yang dapat menyebabkan kulit wajah menjadi kusam, dan berdampak pada penampilan serta kepercayaan diri mereka, hal ini tentunya tidak akan lepas dari suatu produk yang bisa membersihkan serta merawat kulit wajah. Salah satu Perusahaan yang bersaing pada produk pembersih wajah adalah *PT. Paragon Technology and Inovation* (PT. PTI) dengan merek produk Wardah. Berdasarkan data *Top Brand* sabun cuci muka Wardah menduduki peringkat keempat sabun cuci muka yang paling banyak digunakan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah media iklan, *brand ambassador*, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah dengan jumlah populasi yang dalam penelitian ini sebanyak 1.331 akan tetapi setelah melakukan perhitungan menggunakan rumus slovin maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 93 orang. Menggunakan metode kuesioner dalam pengumpulan data dan diuji menggunakan *Software SmartPLS 3.0*. Menghasilkan pengaruh media iklan berpengaruh positif dan signifikan, pengaruh *brand ambassador* berpengaruh positif tidak signifikan, harga berpengaruh positif signifikan.

**Kata Kunci Media Iklan, Brand Ambassador, Dan Harga, Keputusan Pembelian.**