

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *SOCIAL MEDIA*

***MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

BRAND NPURE DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN

SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI SURABAYA



Disusun Oleh :

NUR AMALIA

NPM : 21420099

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA

SURABAYA

2025

SKRIPSI
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND NPURE DENGAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
DI SURABAYA

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

NUR AMALIA

NPM : 21420099

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA

2025

SKRIPSI
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN SOCIAL MEDIA
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND
NPURE DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI DI SURABAYA

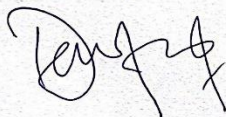
Diajukan Oleh:

Nur Amalia

NPM: 21420099

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dewi Nuraini, SE., M.SM

Ketua Dewan Penguji



Maqbula Arochman, S.,MAk

Anggota Dewan Penguji



Matheous Tamonsang, SE.M.Si

Skripsi ini telah di terima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal.....28 Juli 2025.....



Dr. Adrianto Trimariono, SE, M

Ketua Program Studi

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN SOCIAL MEDIA
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND
NPURE DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI DI SURABAYA**

Diajukan Oleh:

Nur Amalia

NPM: 21420099

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



Dewi Nuraini, SE., M.SM.

Tanggal Juli 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Tanggal Juli 2025

SURAT PERNYATAAN PLAGIASI

Nama : Nur Amalia
NPM : 21420099
Alamat : Jl. Kuwukan Lapangan
Fakultas : Manajemen
Program Studi: Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND NPURE* DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI SURABAYA”** bukan merupakan plagiasi saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,

Yang membuat pernyataan

Nur Amalia

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat

dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :

“PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND NPURE DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI SURABAYA”

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dorongan serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini perkenankanlah penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr.H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. T.H.T.K.L(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Gimanto Gunawan., MM.M.A.K selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Wiwik Herawati, SE., MM selaku Dosen Wali terima kasih atas bimbingannya selama perkuliahan.
5. Ibu Dewi Nuraini, SE. M.SM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan tenaga dan waktu dalam membimbing, memberi kemudahan, pengarahan, motivasi, semangat dan saran-saran dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat pada saat menimba ilmu.
7. Untuk kedua orang tua saya Bapak Darmono, dan Ibu Hamidah, adik saya Balqis Risa Rahma

dan juga adik saya Rafi Naufalis yang selalu mendukung, mendoakan, memberikan semangat yang tiada hentinya. Tanpa dukungan dan kasih sayang mereka, saya tidak akan berada di titik ini.

8. Untuk sahabat terbaik Arnindia Lestari terima kasih telah menjadi teman, sekaligus partner terbaik bagi penulis serta menjadi tempat berkeluh kesah yang setia untuk penulis. Selalu siap membantu penulis jika mendapati kesusahan setiap mengerjakan penelitian ini.
9. Untuk saksi seperjuangan saya Ruth Lerista, Chindy Aldi Safitri, Sherly Kurnia, Darma Prasetya dan Zidan Arib Fakhrezi yang telah menjadi tempat berbagi cerita, saling menyemangati, dan melewati masa-masa sulit bersama selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, diskusi panjang demi menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Untuk teman-teman yang ada di UKM KTKL dan BEM Universitas Wijaya Kusuma terima kasih telah memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Penulis hanya dapat berdoa semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memberi kemurahan bagi berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, oleh karenanya saran dan kritik sangat bermanfaat dan berarti untuk penulis.

DAFTAR ISI

HALAMAN [COVER](#)

HALAMAN JUDUL	2
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI.....	5
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	8
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Brand Ambassador.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Social Media Marketing.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Kepercayaan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.

2.2	Hubungan Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
2.2.1	Hubungan Variabel Brand Ambassador Terhadap Kepercayaan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2.2	Hubungan Variabel Social Media Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2.3	Hubungan Variabel Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2.4	Hubungan Variabel Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2.5	Hubungan Variabel Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.3	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.4	Hipotesis dan Model Analisis	Error! Bookmark not defined.
2.4.1	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.4.2	Model Analisis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Sampel dan Teknik Sampling	Error! Bookmark not defined.
3.3	Identifikasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Varibel Independen (X)	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Variabel Mediasi (Z)	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Variabel Dependen (Y)	Error! Bookmark not defined.
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel Penelitian	Error!

Bookmark not defined.

3.5 Jenis dan Sumber Data.....**Error! Bookmark not defined.**

3.5.1 Jenis Data.....**Error! Bookmark not defined.**

3.5.2 Sumber Data**Error! Bookmark not defined.**

3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....**Error! Bookmark not defined.**

3.7 Teknik Analisis Data**Error! Bookmark not defined.**

3.7.1 Analisis Deskriptif.....**Error! Bookmark not defined.**

3.7.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)..**Error! Bookmark not defined.**

3.7.3 Uji Validitas.....**Error! Bookmark not defined.**

3.7.4 Model Struktural (*Inner Model*).....**Error! Bookmark not defined.**

3.7.5 Uji Hipotesis**Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASANError! Bookmark not defined.

4.1 Gambaran Umum**Error! Bookmark not defined.**

4.1.1 Produk NPURE.....**Error! Bookmark not defined.**

4.2 Hasil Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

4.2.1 Analisis Deskriptif.....**Error! Bookmark not defined.**

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden.....**Error! Bookmark not defined.**

4.4 Analisis Data.....**Error! Bookmark not defined.**

4.4.1 Uji Outer Model.....**Error! Bookmark not defined.**

4.4.2 Uji Inner Model.....**Error! Bookmark not defined.**

4.4.3 Uji Hipotesis**Error! Bookmark not defined.**

4.4.4 Uji Sobel.....**Error! Bookmark not defined.**

4.5 Hasil dan Pembahasan Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

4.5.1 Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Kepercayaan Konsumen**Error!**

Bookmark not defined.

4.5.2 Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Kepercayaan

Konsumen.....**Error! Bookmark not defined.**

4.5.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan

Pembelian**Error! Bookmark not defined.**

4.5.4 Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian**Error!**

Bookmark not defined.

4.5.5 Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan

Pembelian**Error! Bookmark not defined.**

4.5.6 Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian

melalui Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi**Error! Bookmark not defined.**

4.5.7 Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan

Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel

Mediasi**Error! Bookmark not defined.**

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....Error! Bookmark not defined.

5.1 Kesimpulan.....**Error! Bookmark not defined.**

5.2 Saran.....**Error! Bookmark not defined.**

5.2.1 Saran Operasional (Saran Perusahaan)**Error! Bookmark not defined.**

5.2.2 Saran (Saran Peneliti Selanjutnya) ..**Error! Bookmark not defined.**

5.3 Keterbatasan Peneliti**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA.....Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Table 3.1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Kategori Jawaban Responden Interval Kategori	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Jawaban Respoden <i>Brand Ambassador (X1)</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Jawaban Responden <i>Social Media Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Jawaban Responden Kepercayaan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Jawaban responden Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 Hasil Uji Cross Loading.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11 <i>Construct Realiability dan Validity</i>.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Path Coefficient</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.13 Hasil <i>R-Square</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.14 Hasil <i>f-Square</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.15 Hasil Model <i>Fit</i>.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.16 Hasil Path Coefficient pengaruh Secara Langsung	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.17 Hasil Path Coeffiecient pengaruh Secara Tidak Langsung	Error! Bookmark not defined.
	defined.
Tabel 4.18 Hasil Uji Sobel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.19 Hasil t-statis Uji Sobel	Error! Bookmark not defined.

[Tabel 4.20 Hasil Uji Sobel](#)Error! Bookmark not defined.

[Tabel 4.21 Hasil t-statis Uji Sobel](#)Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Data Pengguna NPURE	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.1 Diagram Jalur (Path Diagram)	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Rangkaian produk Skincare Centella Asiatica Series	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.2 Rangkaian produk Skincare Licorice Series	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.3 Rangkaian produk Skincare Noni Probiotics Series	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.4 Rangkaian produk Skincare Marigold Series	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.5 Rangkaian produk Makeup Power Series	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.6 Hasil Uji Outer Model	Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menyimpulkan pengaruh *Brand Ambassador* dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian brand NPURE dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi pada konsumen yang menggunakan produk NPURE di wilayah Kota Surabaya. Penelitian ini dilaksanakan pada konsumen brand NPURE di wilayah Kota Surabaya dengan jumlah sampel ditentukan sebanyak 100 responden, dengan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner G-Form secara tidak langsung melalui sosial media. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan teknik analisis metode SEM-PLS dan berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen, *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen, Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen, *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Social Media Marketing*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of Brand Ambassador and Social Media Marketing on Purchase Decisions of the NPURE brand, with Consumer Trust as a mediating variable among consumers who use NPURE products in the city of Surabaya. This research was conducted on NPURE brand consumers in Surabaya, with a sample size determined to be 100 respondents. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires via Google Forms indirectly through social media. The data analysis technique used is the SEM-PLS method. Based on the analysis results, it was found that Brand Ambassador has a significant influence on Consumer Trust, Social Media Marketing has a significant influence on Consumer Trust, Consumer Trust has a significant influence on Purchase Decisions, Brand Ambassador has a significant influence on Purchase Decisions, Social Media Marketing has a significant influence on Purchase Decisions, Brand Ambassador has a significant influence on Purchase Decisions through Consumer Trust, and Social Media Marketing has a significant influence on Purchase Decisions through Consumer Trust.

Keywords: *Brand Ambassador, Social Media Marketing, Consumer Trust, Purchase Decision.*