

**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* RAFFINAGITA  
PADA PRODUK *SLEEKBABY ID* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN IBU MUDA**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH:**

**SALSABILA NUR AULIA AMIR  
NRP 1423020099**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* RAFFI NAGITA  
PADA PRODUK *SLEEKBABY ID* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN IBU MUDA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh :

SALSABILA NUR AULIA AMIR

NRP : 1423020099

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Salsabila Nur Aulia Amir

NRP :1423020099

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Fakultas :Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya berjudul :

**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* RAFFI NAGITA**

**PADA PRODUK *SLEEKBABY ID* TERHADAP KEPUTUSAN**

**PEMBELIAN IBU MUDA**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Apabila Nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan plagialisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku dijurusan, fakultas, maupun universitas. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 11 Desember 2024

Yang Bersangkutan



Salsabila Nur Aulia Amir

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

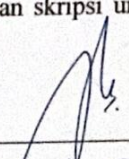
### **SKRIPSI**

#### **PENGARUH PENGGUNAAN BRAND AMBASSADOR RAFFI NAGITA PADA PRODUK SLEEK BABY ID TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IBU MUDA**

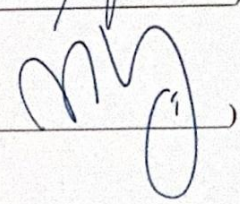
Oleh: Salsabila Nur Aulia Amir

NRP.1423020099

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Brigitta Revia S,S.I.Kom.,M.Med.Kom (  )

NIDN. 0715108903

Pembimbing II : Maria Yulastuti, S.Sos.,M.Med.Kom (  )

NIDN. 0707078607

Surabaya, 11 Desember 2024

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
pada : Rabu, tanggal 11 Desember 2024

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

### Dewan Penguji:

1. Ketua : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0725058704

2. Sekretaris : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom

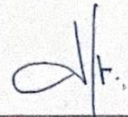
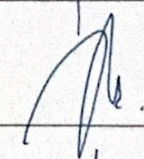
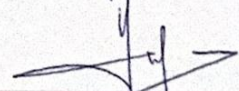
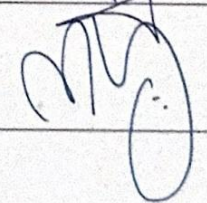
NIDN. 0715108903

3. Anggota : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0719078401

4. Anggota : Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0707078607

()  
()  
()  
()

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas  
Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Salsabila Nur Aulia Amir

NRP : 1423020099

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* RAFFI  
NAGITA PADA PRODUK *SLEEKBABY ID* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN IBU MUDA**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library  
Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan  
Undang Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan  
sebenarnya.

Surabaya, 11 Desember 2024

Yang menyatakan,



Salsabila Nur Aulia Amir

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* Raffi Nagita Pada Produk *Sleek Baby ID* Terhadap Keputusan pembelian Ibu Muda adalah judul proposal skripsi peneliti. Peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir mereka. Selain itu, penulis harus mengingat dukungan dari teman-teman, saudara dan juga orang tua, yang memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan penulis.

Surabaya, 11 Desember 2024

Salsabila Nur Aulia Amir

## KATA PENGANTAR

Tuhan telah memberikan berkat dan rahmat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi berjudul Pengaruh Penggunaan *Brand ambassador* Raffi Nagita pada produk *Sleek Baby ID* terhadap keputusan pembelian ibu muda. Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada banyak orang yang telah membantu dan membimbing penulis hingga proyek ilmiah ini dapat dilaksanakan dan dibuat dengan baik.

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat nya penulis mampu menyelesaikan karya ilmiah ini dengan lancar.
2. Kepada kedua orang tua penulis, karena memberinya motivasi dan dukungan yang membuatnya bersemangat untuk menyelesaikan tugas ini dengan sebaik mungkin.
3. Kepada dosen pembimbing, Brigitta Revia Sandy Fista dan Maria Yuliasuti yang selalu memberi penulis masukan, bantuan dan waktu untuk menyelesaikan tugas ini.
4. Kepada dosen penguji, Theresia Intan Putri Hartiana dan Finsensius Yuli Purnama yang juga dengan memberikan masukan kepada saya selama proses menyelesaikan karya ilmiah ini.
5. Untuk saudara kandung saya, Shadiqa Aqilla Amir dan Shafika Adilla Amir, serta Keluarga, dan teman-teman dekat saya. Raras, Vanya, Adellia Aps, dan Fazya yang selalu menjadi tempat penulis mengeluh tentang pekerjaan mereka dalam karya ilmiah ini dan juga menjadi tempat mereka menghibur diri.

6. Dan pasangan saya, Aryo Kautsar Bayuaji Tanjaya yang menemani dan membantu saya dalam karya ilmiah ini.
7. Serta orang-orang yang dekat dengan penulis yang tidak dapat disebutkan secara spesifik. Terima kasih atas bantuan Anda.

## DAFTAR ISI

|                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| JUDUL .....                                                                   | i         |
| SAMPUL.....                                                                   | ii        |
| SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....                                           | iii       |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                                     | iv        |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                                      | v         |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....                               | vi        |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                                                     | vii       |
| KATA PENGANTAR .....                                                          | viii      |
| DAFTAR ISI .....                                                              | x         |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                 | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                                              | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                                     | 12        |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                                    | 12        |
| 1.4 Batasan Masalah.....                                                      | 13        |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....                                                   | 13        |
| 1.5.1 Manfaat Akademis .....                                                  | 13        |
| 1.5.2 Manfaat Praktis.....                                                    | 13        |
| 1.5.3 Manfaat Sosial .....                                                    | 13        |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                           | <b>14</b> |
| II.1 Penelitian Terdahulu .....                                               | 14        |
| II.2.1 Brand Ambassador .....                                                 | 24        |
| II.2.2 Keputusan Pembelian .....                                              | 25        |
| II.2.3 Hubungan antara brand ambassador terhadap<br>Keputusan pembelian ..... | 26        |
| II.2.4 Proses Keputusan Pembelian.....                                        | 27        |
| II.2.4.1 Indikator Keputusan Pembelian.....                                   | 29        |
| II.3 Nisbah Antar Konsep.....                                                 | 30        |
| II.4 Bagan Kerangka Konseptual .....                                          | 32        |
| II.4 Hipotesis.....                                                           | 33        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                        | <b>34</b> |

|               |                                                            |           |
|---------------|------------------------------------------------------------|-----------|
| III.1         | Pendekatan dan Jenis Penelitian.....                       | 34        |
| III.2         | Metode Penelitian .....                                    | 34        |
| III.3         | Identifikasi Variabel Penelitian .....                     | 35        |
| III.4         | Definisi Konseptual .....                                  | 35        |
| III. 4.2      | Keputusan Pembelian .....                                  | 36        |
| III. 5        | Definisi Operasional .....                                 | 37        |
| III. 5.1      | Brand Ambassador (Variabel X) .....                        | 37        |
| III.5.2.      | Keputusan pembelian (Variabel Y) .....                     | 38        |
| III. 6        | Populasi dan Sampel.....                                   | 40        |
| III. 6.1      | Populasi .....                                             | 40        |
| III. 6.2      | Sampel .....                                               | 41        |
| III. 7        | Teknik Pengambilan Sampel .....                            | 42        |
| III.8.        | Teknik Pengumpulan data .....                              | 42        |
| III.9.        | Teknik Validitas Dan Reabilitas .....                      | 43        |
| III.9.1       | Validitas.....                                             | 43        |
| III.9.2.      | Reliabilitas .....                                         | 43        |
| III.10.       | Teknik Analisis Data .....                                 | 44        |
| III.10.2.     | Statistik Deskriptif .....                                 | 46        |
| III.10.2.2    | Uji Linearitas .....                                       | 46        |
| III.10.2.3.   | Uji Korelasi.....                                          | 46        |
| III.10.2.4.   | Uji Regresi.....                                           | 47        |
| III.10.2.5.   | Uji Hipotesis .....                                        | 48        |
| III.10.3      | Tabulasi Silang .....                                      | 48        |
| <b>BAB IV</b> | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                | <b>49</b> |
| IV.1.         | Gambaran Subjek Penelitian IV.1.1. Ibu Muda .....          | 49        |
| IV.2.         | Uji Validitas Dan Reliabilitas .....                       | 49        |
| IV.2.1        | Uji Validitas .....                                        | 49        |
| IV.2.2        | Uji Reliabilitas .....                                     | 51        |
| IV.           | Hasil Penelitian .....                                     | 53        |
| IV.3.1        | Identitas Responden .....                                  | 53        |
| IV.3.2        | Deskripsi Variabel.....                                    | 57        |
| IV.3.2.6      | Total Skor Interval Variabel <i>Brand Ambassador</i> ..... | 64        |

|                                                                                                                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| IV. 3.2.7 Hasil Skor Interval Brand Amabasaddor .....                                                                                                        | 64        |
| IV.3.3.5 Total Skor Interval Variabel Keputusan Pembelian.....                                                                                               | 74        |
| IV. 3.3.6 Hasil Skor Interval Keputusan Pembelian .....                                                                                                      | 74        |
| IV.4. Analisis Data .....                                                                                                                                    | 76        |
| IV. 4.1 Uji Normalitas.....                                                                                                                                  | 76        |
| IV. 4.2 Uji Linearitas.....                                                                                                                                  | 77        |
| IV. 4.3 Uji Korelasi .....                                                                                                                                   | 78        |
| IV. 4.4 Uji Regresi .....                                                                                                                                    | 80        |
| IV.4.5 Uji T Test .....                                                                                                                                      | 81        |
| IV.4.5 Uji Signifikansi Hipotesis .....                                                                                                                      | 83        |
| IV.4.6 Tabulasi Silang.....                                                                                                                                  | 84        |
| IV. 5 Pembahasan pengaruh penggunaan <i>brand ambassador</i><br>Raffi Nagita pada produk <i>Sleek Baby ID</i> terhadap keputusan<br>pembelian Ibu muda ..... | 89        |
| <b>BAB VPENUTUP.....</b>                                                                                                                                     | <b>94</b> |
| V.1 Kesimpulan.....                                                                                                                                          | 94        |
| V.2 Saran .....                                                                                                                                              | 95        |
| V.5.2.1 Saran Akademis.....                                                                                                                                  | 95        |
| V.5.2.2 Saran Praktis.....                                                                                                                                   | 95        |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                                                                                                          | 97        |
| JURNAL.....                                                                                                                                                  | 99        |

## ABSTRAK

Salsabila Nur Aulia Amir. NRP 1423020099. Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* Raffi Nagita Pada Produk *Sleek Baby ID* Terhadap Keputusan Pembelian Ibu Muda.

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh brand ambassador Raffi Nagita terhadap keputusan pembelian ibu muda di Indonesia untuk produk perawatan bayi *Sleek baby ID*, *brand ambassador* digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan kredibilitas produk. Populasi penelitian adalah ibu muda berusia 20-35 tahun dengan anak usia 0-10 tahun di Indonesia. Sampel dipilih secara acak menggunakan metode stratified random sampling, dan data dikumpulkan melalui kuesioner secara online, yang kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* Raffi Nagita berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ibu muda, dengan mereka cenderung memilih *Sleek baby ID*. Kesimpulan penelitian ini menyatakan bahwa meskipun *brand ambassador* dapat meningkatkan daya tarik produk, kualitas dan reputasi produk tetap menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian. Strategi pemasaran yang efektif harus menggabungkan penggunaan *brand ambassador* dengan penekanan pada kualitas produk untuk mencapai hasil yang optimal.

Kata kunci : *Brand ambassador*, Raffi Nagita, *Sleek baby*, Keputusan Pembelian, Ibu muda

## ABSTRACT

Salsabila Nur Aulia Amir. NRP 1423020099. *The Influence of Using Brand Ambassadors Raffi Nagita on Sleek Baby ID Products Towards Young Mothers' Purchase Decisions.*

*This study aims to evaluate the impact of brand ambassadors Raffi Nagita on the purchasing decisions of young mothers in Indonesia for the Sleek baby ID baby care products, and. Brand ambassadors are commonly used to enhance product visibility and credibility. The population for this study consists of young mothers aged 20-35 with children aged 0-10 years in Indonesia. A random sample was selected using stratified random sampling, and data were collected through online questionnaires, then analyzed using descriptive and inferential statistical methods. The results show that the use of brand ambassadors Raffi Nagita significantly influences young mothers' purchasing decisions, with those who follow and trust the celebrity couple being more likely to choose Sleek baby ID. with its established reputation and product quality, remains a popular choice among many young mothers despite not using a celebrity brand ambassador. The study concludes that while brand ambassadors can enhance product appeal and influence purchasing decisions, product quality and reputation remain key factors in consumer choices. Effective marketing strategies should combine the use of brand ambassadors with a strong focus on product quality to achieve optimal results.*

*Keyword : brand ambassadors, Raffi Nagita, buying decision, young mothers*