

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR “PRILLY
LATUCONSINA” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK IMPLORA DI KALANGAN KONSUMEN IMPLORA
REMAJA SURABAYA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

Immanuel Christian / 1423021025

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

2026

SKRIPSI

PENGARUH BRAND AMBASSADOR “PRILLY LATUCONSINA” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMPLORA DI KALANGAN KONSUMEN IMPLORA REMAJA SURABAYA

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh Sarjana Ilmu
Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Oleh:

Immanuel Christian

NRP: 1423021025

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2026

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya:

Nama : Imanuel Christian

NRP : 1423021025

Menyatakan bawa apa yang saya tulis dalam Skripsi berjudul:

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR “PRILLY LATUCONSINA” TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMPLORA DI KALANGAN KONSUMEN
IMPLORA REMAJA SURABAYA**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar kesarjanaan saya di cabut.

Surabaya, 11 November 2025

Penulis



Immanuel Christian

NRP. 1423021097

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH BRAND AMBASSADOR “PRILLY LATUCONSINA” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMPLORA DI KALANGAN KONSUMEN IMPLORA REMAJA SURABAYA

Oleh:

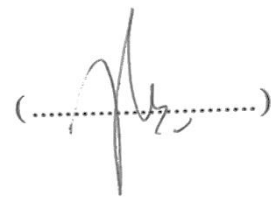
Immanuel Christian

NRP. 1423021025

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

Pembimbing 1 : Brigita Revia S. F., S.I. Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903



Pembimbing 2 : Theresia Intan Putri Hartiana ., S.Sos., M.I.Kom

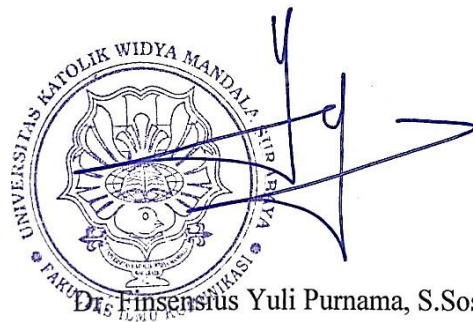
NIDN. 0725058704



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada 17 Desember 2025

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan



Dis. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

Dewan Penguji:

1. Ketua : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0707078607

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

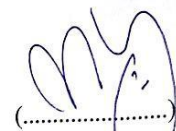
NIDN. 0715108903

3. Anggota : Merlina Maria Barbara Apul., S.I.Kom., M.A.

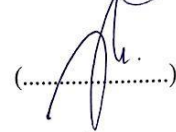
NIDN. 0706069204

4. Anggota : Theresia INTAN PUTRI Hartiana, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0725058704



(.....)



(.....)



(.....)



(.....)

PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Imanuel Christian

NRP : 1423021025

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini SETUJU Laporan Penulisan Skripsi saya, dengan judul:

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR “PRILLY LATUCONSINA”
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMPLORA DI
KALANGAN KONSUMEN IMPLORA REMAJA SURABAYA**

Untuk dipublikasikan / ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan SETUJU publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 Desember 2025

Yang menyatakan,



Immanuel Christian

NRP.1423021025

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih-Nya, penulis berhasil menyelesaikan Laporan Penulisan Skripsi ini dengan baik. Proses ini dimulai dari pemilihan judul, pencarian data, penulisan proposal hingga selesai, bimbingan Penulisan Proposal Komunikasi, tahap penyusunan Laporan Penulisan Seminar Proposal Komunikasi hingga Skripsi. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang memiliki peran penting dalam hidup penulis, dosen pembimbing, serta saudara dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan selama proses penyusunan laporan ini.

Laporan Skripsi ini menjadi bukti nyata dari usaha penulis dalam meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Pada akhirnya, penulis berharap bahwa Laporan Skripsi ini akan menghasilkan pencapaian yang dapat membanggakan keluarga serta orang-orang terdekat, dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat karunia dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan proses magang hingga penyusunan laporan ini, yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi serta bagian dari proses pembelajaran. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa seluruh proses penelitian dan penyusunan laporan ini tidak terlepas dari doa dan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, melalui tulisan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Mama tercinta penulis, yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama pembuatan dan juga penulisan Skripsi yang dapat diselesaikan dengan baik.
2. Brigita Revia S. F., S.I. Kom., M.Med.Kom dan Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing penulis yang selalu memberi arahan dan solusi selama proses bimbingan.
3. Seluruh sahabat, teman dan rekan-rekan penulis lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan, motivasi, kritik dan saran yang telah diberikan.

Surabaya, 21 November 2025



Penulis

Immanuel Christian

ABSTRAK

Immanuel Christian. 1423021025. “Pengaruh Brand Ambassador Prilly Latuconsina terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora di Kalangan Konsumen Implora Remaja Surabaya.”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Brand Ambassador Prilly terhadap keputusan pembelian produk Implora di kalangan konsumen Implora remaja di kota Surabaya. Penggunaan selebritas sebagai brand ambassador merupakan salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan dalam industri kosmetik untuk membangun citra merek dan memengaruhi perilaku konsumen. Prilly, sebagai figur publik yang memiliki popularitas, kredibilitas, daya tarik, dan pengaruh kuat, dipilih sebagai representasi Implora dalam berbagai kampanye promosi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang disebarluaskan secara daring kepada 100 responden berusia 15–24 tahun yang berdomisili di Surabaya dan mengenal produk Implora serta Prilly. Pengukuran dilakukan berdasarkan teori VCAP (Visibility, Credibility, Attractiveness, Power) untuk variabel Brand Ambassador dan teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) untuk variabel Keputusan Pembelian. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh dimensi dalam variabel Brand Ambassador memiliki pengaruh yang tinggi terhadap keputusan pembelian. Nilai rata-rata tertinggi diperoleh dari indikator *power*, yang menunjukkan bahwa Brand Ambassador memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk persepsi audiens. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pemilihan Prilly sebagai Brand Ambassador berpengaruh signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian produk Implora di kalangan remaja Surabaya.

Kata kunci: Brand Ambassador, Keputusan Pembelian, Implora, Remaja, VCAP, AIDA

ABSTRACT

Immanuel Christian. 1423021025. *“The Influence of Brand Ambassador Prilly Latuconsina on Implora Product Purchasing Decisions among Implora Teenage Consumers in Surabaya.”*

This study aims to determine the influence of Brand Ambassador Prilly on purchasing decisions for Implora products among teenage Implora consumers in Surabaya. Using celebrities as brand ambassadors is a common marketing strategy in the cosmetics industry to build brand image and influence consumer behavior. Prilly, as a public figure with popularity, credibility, appeal, and strong influence, was chosen to represent Implora in various promotional campaigns. This study used a quantitative approach with an online survey distributed to 100 respondents aged 15–24 years old residing in Surabaya and familiar with Implora products and Prilly. Measurements were based on the VCAP (Visibility, Credibility, Attractiveness, Power) theory for the Brand Ambassador variable and the AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) theory for the Purchase Decision variable. The analysis showed that all dimensions of the Brand Ambassador variable had a significant influence on purchasing decisions. The highest average score was obtained from the power indicator, indicating that the Brand Ambassador has a strong influence in shaping audience perceptions. Overall, this study concludes that the selection of Prilly as a Brand Ambassador has a significant influence on increasing purchasing decisions for Implora products among Surabaya teenagers.

Keywords: Brand Ambassador, Purchase Decision, Implora, Teenagers, VCAP, AIDA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	15
I.3 Tujuan Penelitian	15
I.4 Manfaat Penelitian	15
I.4.1 Manfaat Akademis	15
I.4.2 Manfaat Praktis	15
I.4.3 Manfaat Sosial	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16

II.1 Penelitian Terdahulu	16
II.2 Kerangka Teori	25
II.2.1 Hubungan brand ambassador dengan keputusan pembelian	25
II.2.2 Brand Ambassador.....	26
II.2.3 Keputusan Pembelian.....	27
II.2.4. Komunikasi Pemasaran	29
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	31
II.4 Kerangka Konseptual	32
BAB III.....	35
III.1 Metode Penelitian.....	35
III.2 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	36
III.4 Definisi Konseptual.....	37
III.4.1 Brand Ambassador	37
III.4.2 Keputusan Pembelian	37
III.5 Definisi operasional	38
III.5.1 Brand Ambassador	38
III.5.2.Keputusan Pembelian	39
III.6 Populasi & Sampel	40
III.6.1 Populasi	40

III.6.2 Sampel	41
III.7 Teknik Penarikan Sampel	43
III.8 Teknik Pengumpulan Data	43
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	44
III.9.1 Teknik Validitas	44
III.9.2. Teknik Reliabilitas	45
III.10 Teknik Analisis Data	46
III.10.1. Coding	46
III.10.2. Statistik Deskriptif.....	48
III.10.3 Tabulasi Silang	51
DAFTAR PUSTAKA	123