

**PENGARUH PENGGUNAAN SOPYAH SUPRIYANTIN SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR MS GLOW BEAUTY TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH GEN Z DI SURABAYA**



Disusun Oleh:

Simon Dwiki Bintang Bima Sakti

NRP.1423022110

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2026

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN SOPYAH SUPRIYANTIN SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR MS GLOW BEAUTY TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH GEN Z DI SURABAYA**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Kelulusan dalam Mata Kuliah Skripsi



Disusun Oleh:

Simon Dwiki Bintang Bima Sakti

NRP.1423022110

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

2026

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama. : Simon Dwiki Bintang Bima Sakti

NRP. : 1423022110

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

“PENGARUH PENGGUNAAN SOPYAH SUPRIYANTIN SEBAGAI BRAND
AMBASSADOR MS GLOW BEAUTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLEH GEN Z DI SURABAYA”

adalah benar adanya, dan merupakan hasil karya pribadi. Segala kutipan karya lain telah dicantumkan beserta sumbernya. Apabila ditemukan adanya plagiasi di kemudian hari, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di program studi, fakultas, maupun universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 22 Mei 2026

Penulis,



Simon Dwiki Bintang B.S

NRP. 1423022110

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN SOPYAH SUPRIYANTIN SEBAGAI BRAND
AMBASSADOR MS GLOW BEAUTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLEH GEN Z DI SURABAYA**

Oleh:

Simon Dwiki Bintang Bima Sakti

1423022110

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

Pembimbing I: Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0707078607



Pembimbing II: Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903



Surabaya, 22 Mei 2026

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: 22 Mei 2026

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Eusebius Yuli Purnama, S.Sos., M. Med. Kom

NIDN. 0719078401

Dewan Penguji

1. Ketua : Dr. Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom. (

NIDN. 0701067803

2. Sekretaris : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0707078607

3. Anggota : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.

NIDN. 0726126602

4. Anggota : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. (

NIDN. 0715108903

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH**

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

Nama : Simon Dwiki Bintang Bima Sakti

NRP : 1423022110

Menyetujui skripsi saya,

Judul: **PENGARUH PENGGUNAAN SOPYAH SUPRIYANTIN SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR MS GLOW BEAUTY TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN OLEH GEN Z DI SURABAYA**

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, 22 Mei 2026

Yang menyatakan,



Simon Dwiki Bintang B.S

NRP. 1423022110

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan kasihnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Mulai dari mencari judul, menulis Skripsi, hingga melakukan bimbingan sampai selesai, dan proses penyusunan Skripsi. Tidak lupa juga dukungan kedua orang tua dan saudara yang memiliki peran penting dalam kehidupan penulis, dosen pembimbing, serta orang terdekat yang selalu memberi dukungan dalam proses pengerjaan.

Skripsi ini merupakan bukti valid perjuangan penulis dalam meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas katolik Widya Mandala Surabaya. Akhir kata, adanya Proposal Skripsi yang akan dilakukan oleh penulis diharapkan akan membuahkan hasil yang dapat membanggakan keluarga dan orang – orang terdekat penulis serta berguna untuk masyarakat.

Surabaya, 22 Mei 2026

Penulis,

Simon Dwiki Bintang B.S

NRP. 1423022110

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa karena bimbingan serta kasih Allah Bapa yang selalu menyertai dalam setiap ketikan yang penulis lakukan, penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan judul ”Pengaruh Penggunaan Sopyah Supriyantini Sebagai Brand Ambassador MS Glow Beauty Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Gen Z Di Surabaya”

Selain itu penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih penulis kepada pihak – pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis hingga pelaksanaan dan pembuatan Skripsi ini dapat berjalan lancar :

Proposal ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya semangat, motivasi, doa, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, perkenankan penulis memberikan ucapan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada ibu Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing pertama dan ibu Brigitta Revia, S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing kedua skripsi yang telah membimbing saya dengan baik dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua penulis yaitu, Yohannes Budi dan Suryani Lampi, Kakak kandung penulis yaitu Bagas, serta Om Hari dan Adik Nadia yang telah banyak mendukung penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
3. Para sahabat penulis, serta teman dekat penulis, yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan semangat sehingga proses pengerjaan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR ISI

PENGARUH PENGGUNAAN SOPYAH SUPRIYANTIN SEBAGAI BRAND AMBASSADOR MS GLOW BEAUTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH GEN Z DI SURABAYA	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	12
I.3 Tujuan Penelitian	12
I.4 Batasan Masalah.....	12
I.5 Manfaat Penelitian.....	13
I.5.1 Manfaat Akademis.....	13
1.6.1 Manfaat Praktis.....	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
II.1 Penelitian Terdahulu	14
II.2 Kerangka Teori	18
II.2.1 Relasi Antara Brand Ambassador dengan Keputusan Pembelian.....	18
II.2.2. Brand Ambassador	19
II.2.3. Keputusan Pembelian	22

II.2.4. Instagram Sebagai Media Sosial.....	23
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	25
II.4 Bagian Kerangka Konseptual	27
BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	29
III.3. Identifikasi Variabel.....	30
III.4 Definisi Konseptual.....	30
III.4.1. Variabel X: Brand Ambassador	30
III.4.2. Variabel Y: Keputusan Pembelian	31
III.5 Brand Ambassador.....	32
III.6 Influencer	33
III.7.1. Variabel X: Brand Ambassador MS Glow Beauty	33
III.7.2. Keputusan Pembelian Konsumen MS Glow Beauty (Variabel Y).....	35
III.8. Populasi dan Sampel	36
III.8.1. Populasi	36
III.8.2. Sample	37
III. 7. Teknik Penarikan Sampel.....	39
III.9. Teknik Pengumpulan Data	39
III.10. Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	40
III.10.1 Validitas.....	40
III.10.2. Reliabilitas.....	41
III.11. Teknik Analisis Data	42
III.11.1. Coding	42
III.11.2 Statistik Deskriptif.....	44
III.11.2.1 Uji Normalitas	44
III.11.2.2 Uji Linearitas	44
III.10.2.4. Uji Regresi.....	46
III.11.2.5. Uji Hipotesis	47
III.11.3 Tabulasi Silang.....	48
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49

IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	49
IV.1.2. Sopyah Supriyantini	50
IV.1.3. Gen Z.....	51
IV.2.1. Uji Validitas	52
IV.2.2. Uji Reliabilitas.....	57
IV.3. Hasil Penelitian	60
IV.3.1. Identitas Responden	60
IV.3.2. Domisili.....	61
IV.3.3 Deskripsi Variabel X (Brand Ambassador)	62
IV.3.3.1 Visibility	62
IV.3.3.2 Credibility	65
IV.3.3.3 Attraction	67
IV.3.3.4 Power	69
IV.3 Deskripsi Variabel Y (Keputusan Pembelian)	74
IV.3.2.5 Attention	74
IV.3.2.6 Interest.....	76
IV.3.2.7 Desire	80
IV.3.2.8 Action	82
IV.4 Analisis Interval Variabel Keputusan Pembelian.....	85
IV.5 Analisis Data.....	86
IV.6 Uji Normalitas	88
IV.7 Uji Linearitas	89
IV.8 Uji Korelasi.....	90
Uji Regresi Linier Sederhana Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian .	90
IV.10 Uji Signifikansi Hipotesis	92
IV.11 Analisis Tabulasi Silang	93
IV.12 Pembahasan Pengaruh Brand ambassador Sopyah terhadap Keputusan Pembelian produk Ms Glow Beauty pada Gen Z di kota Surabaya	100
BAB V	102
PENUTUP.....	102
V.1. Kesimpulan	102
V.2. Saran.....	103

V.2.1. Saran Akademis.....	103
V.2.2. Saran Praktis	103
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador	53
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel IV.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Ambassador	58
Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel IV.5 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel IV.6 Identitas Responden Berdasarkan Domisili	61
Tabel IV.7 Deskripsi Variabel Brand Ambassador (Visibility)	62
Tabel IV.8 Deskripsi Variabel Brand Ambassador (Credibility)	65
Tabel IV.9 Deskripsi Variabel Brand Ambassador (Attraction).....	67
Tabel IV.10 Deskripsi Variabel Brand Ambassador (Power).....	70
Tabel IV.11 Skor Interval Brand Ambassador	72
Tabel IV.12 Hasil Mean Variabel Brand Ambassador	73
Tabel IV.13 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Attention)	74
Tabel IV.14 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Interest)	77
Tabel IV.15 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Desire)	80
Tabel IV.16 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Action).....	83
Tabel IV.17 Skor Interval Keputusan Pembelian.....	85
Tabel IV.18 Hasil Mean Variabel Keputusan Pembelian.....	86
Tabel IV.19 Uji Normalitas.....	88
Tabel IV.20 Uji Linearitas.....	89
Tabel IV.21 Uji Korelasi	90
Tabel IV.22 Uji Regresi Linier Sederhana	91
Tabel IV.23 Tabulasi Silang Usia dengan Brand Ambassador.....	93
Tabel IV.24 Tabulasi Silang Domisili dengan Brand Ambassador.....	95
Tabel IV.25 Tabulasi Silang Usia dengan Keputusan Pembelian	96
Tabel IV.26 Tabulasi Silang Domisili dengan Keputusan Pembelian	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 MS Glow Beauty memperkenalkan Sopyah Supriyantini sebagai Brand Ambassador	9
---	---

ABSTRAK

Simon Dwiki Bintang Bima Sakti NRP. 1423022110. **Pengaruh Penggunaan Sopyah Supriyantini Sebagai Brand Ambassador Ms Glow beauty Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Gen Z di Surabaya**

Penelitian ini menganalisis pengaruh penggunaan Sopyah Supriyantini sebagai brand ambassador MS Glow Beauty terhadap keputusan pembelian Gen Z di Surabaya. Menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei terhadap 100 responden Gen Z yang tinggal di Surabaya dan mengenal produk MS Glow Beauty, variabel bebas diukur melalui indikator *VisCAP* (Visibility, Credibility, Attraction, Power), sementara variabel terikat menggunakan model *AIDA* (Attention, Interest, Desire, Action). Analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, korelasi, dan regresi linier sederhana untuk menguji hipotesis antara kedua variabel bahwa H0 Ditolak dan H1 Diterima. Hasil penelitian diharapkan membuktikan bahwa Sopyah Supriyantini, sebagai *non-celebrity endorser* dengan latar belakang autentik sebagai pekerja kuli bangunan, secara signifikan meningkatkan citra merek dan mendorong keputusan pembelian melalui engagement emosional pada Gen Z yang aktif di media sosial. Penelitian ini membatasi fokus pada populasi Gen Z Surabaya dan berkontribusi bagi strategi pemasaran kecantikan lokal dengan menekankan nilai pemberdayaan perempuan.

Kata Kunci: Gen Z, Brand Ambassador, Keputusan Pembelian, Sopyah Supriyantini, MS Glow Beauty

ABSTRACT

Simon Dwiki Bintang Bima Sakti NRP. 1423022110. **The Influence of Using Sopyah Supriyantín as a Brand Ambassador for Ms Glow Beauty on Purchasing Decisions by Gen Z in Surabaya**

This study analyzes the influence of Sopyah Supriyantín as a brand ambassador for MS Glow Beauty on Gen Z purchasing decisions in Surabaya. Using an explanatory quantitative approach with a survey method on 100 Gen Z respondents who live in Surabaya and are familiar with MS Glow Beauty products, the independent variable is measured through the VisCAP (Visibility, Credibility, Attraction, Power) indicator, while the dependent variable uses the AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) model. Data analysis includes validity, reliability, normality, linearity, correlation, and simple linear regression tests to test the hypothesis between the two variables that H0 is Rejected and H1 is Accepted. The results of the study are expected to prove that Sopyah Supriyantín, as a non-celebrity endorser with an authentic background as a construction worker, significantly improves brand image and encourages purchasing decisions through emotional engagement on Gen Z who are active on social media. This study limits the focus on the Gen Z population of Surabaya and contributes to local beauty marketing strategies by emphasizing the value of women's empowerment.

Keyword: Gen Z, Brand Ambassador, Purchasing Decision, Sopyah Supriyantín, MS Glow Beauty