

**Pengaruh Jefri Nichol Sebagai *Brand Ambassador*
Terhadap Keputusan Membeli Produk *Pomade Gatsby***



Disusun oleh:

**MOHAMMAD RIVALDI
1181003084**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil milik saya sendiri, dan sumber baik yang dikutip maupun
rujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Mohammad Rivaldi
NIM : 1181003084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial

Jakarta, 30 Agustus 2026

Penulis



(Mohammad Rivaldi)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Mohammad Rivaldi
NIM : 1181003084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Jefri Nichol Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Membeli Produk Pomade Gatsby

Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., CICS.. ()

Pembahas 1 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si. ()

Pembahas 2 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si. ()

Ditetapkan di Jakarta

30 Agustus 2026

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia nya lah saya masih diberikan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul “Pengaruh Jefri Nichol Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Membeli Produk *Pomade Gatsby*”.

Penulis menyadari bahwa laporan yang dibuat masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya masukan, saran dan kritik. Penulis mengharapkan laporan yang telah dibuat ini memberikan manfaat yang sebaik-baiknya bagi berbagai pihak. Selama proses penulisan dan penyelesaian Tuga Akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur penulis senantiasa penulis ucapkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Berkat umur dan kekuatan dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan semuanya dengan tepat waktu.

2. Keluarga

Terima kasih Mama, Ayah, Ka Echa, Mas Kiki yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama menjalankan penyusunan Tugas Akhir ini sampai selesai. Dan tidak lupa Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada keluarga besar. Terima kasih untuk selalu memberikan doa-doa indah kepada penulis dan selalu mengingatkan penulis untuk berusaha keras dan untuk selalu ingat kepada Allah dan menjalankan kewajiban.

3. Ibu Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, Dr

Penulis menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ibu Prima selaku dosen pembimbing penulis selama menyusun Tugas Akhir ini. Terima kasih sudah memberikan masukan dan saran yang baik selama membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik.

4. Sahabat-sahabat

Terima kasih banyak kepada sahabat-sahabat terdekat penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 1 Juni 2026

Penulis,



Mohammad Rivaldi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Rivaldi
NIM : 1181003084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Pengaruh Jefri Nichol Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Membeli Produk Pomade Gatsby"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat : Jakarta
Pada Tanggal : 2 September 2026

Yang menyatakan



Mohammad Rivaldi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
KATA PENGANTAR.....	5
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	6
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	9
DAFTAR TABEL.....	10
ABSTRAK.....	11
ABSTRACT.....	12
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Teori Yang Relevan.....	19
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis.....	32
2.3 Model Kerangka Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Desain dan Pendekatan.....	42
3.2 Populasi dan Sampel.....	43
3.3 Pengumpulan Data dan Pengukuran.....	44
3.4 Analisis Data.....	46
3.5 Validasi Data.....	49
3.6 Operasional Variabel.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	55

4.2 Penyajian Data.....	56
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	82
5.3 Saran dan Implikasi.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Image Index 2025.....	13
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Pendekatan Penelitian.....	41
Tabel 3.2 Skala Likert.....	44
Tabel 3.3 Operasional Konsep.....	50
Tabel 4.1 Skala Likert.....	55
Tabel 4.2 Umur Responden.....	56
Tabel 4.3 Pertanyaan 1 Kuesioner Indikator X.....	57
Tabel 4.4 Pertanyaan 2 Kuesioner Indikator X.....	57
Tabel 4.5 Pertanyaan 3 Kuesioner Indikator X.....	58
Tabel 4.6 Pertanyaan 4 Kuesioner Indikator X.....	58
Tabel 4.7 Pertanyaan 5 Kuesioner Indikator X.....	58
Tabel 4.8 Pertanyaan 6 Kuesioner Indikator X.....	59
Tabel 4.9 Pertanyaan 7 Kuesioner Indikator X.....	59
Tabel 4.10 Pertanyaan 8 Kuesioner Indikator X.....	60
Tabel 4.11 Nilai Mean Indikator Variabel X.....	61
Tabel 4.12 Pertanyaan 1 Kuesioner Indikator Y.....	61
Tabel 4.13 Pertanyaan 2 Kuesioner Indikator Y.....	62
Tabel 4.14 Pertanyaan 3 Kuesioner Indikator Y.....	62
Tabel 4.15 Pertanyaan 4 Kuesioner Indikator Y.....	63
Tabel 4.16 Nilai Mean Indikator Variabel Y.....	64
Tabel 4.17 Uji Coba Validitas Variabel X.....	65
Tabel 4.18 Uji Coba Validitas Variabel Y.....	66
Tabel 4.19 Uji Coba Reliabilitas Variabel X.....	66
Tabel 4.20 Uji Coba Reliabilitas Variabel Y.....	67
Tabel 4.21 Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.22 Uji Linearitas.....	69
Tabel 4.23 Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel 4.24 Uji Regresi Linear Sederhana.....	70

Pengaruh Jefri Nichol Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Membeli Produk *Pomade Gatsby*

MOHAMMAD RIVALDI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Jefri Nichol sebagai Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian produk Pomade Gatsby serta mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan brand ambassador sebagai salah satu strategi pemasaran serta adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan menggunakan skala Likert 1–5. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jefri Nichol sebagai Brand Ambassador berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Pomade Gatsby. Hal tersebut ditunjukkan melalui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $10,572 > t$ tabel sebesar 1,987, sehingga hipotesis penelitian diterima. Hasil analisis regresi menghasilkan persamaan $Y = 3,613 + 0,382X$. Sementara itu, nilai R Square sebesar 0,533 menunjukkan bahwa Brand Ambassador memberikan kontribusi sebesar 53,3% terhadap keputusan pembelian, sedangkan 46,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, penggunaan Jefri Nichol sebagai Brand Ambassador terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Pomade Gatsby.

Kata kunci: Brand Ambassador, Jefri Nichol, Keputusan Pembelian, Pomade Gatsby.

Pengaruh Jefri Nichol Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Membeli Produk *Pomade Gatsby*

MOHAMMAD RIVALDI

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Jefri Nichol as a Brand Ambassador on consumers' purchasing decisions for Gatsby Pomade and to measure the extent of such influence. This research was motivated by the use of brand ambassadors as one of the marketing strategies and by differences in previous research findings regarding the influence of brand ambassadors on purchasing decisions. This study employed a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to 100 respondents who met the predetermined research criteria. The sampling technique used was purposive sampling with a five-point Likert scale. The data were analyzed using validity testing, reliability testing, simple linear regression analysis, t-test, and the coefficient of determination. The results indicate that Jefri Nichol as a Brand Ambassador has a positive and significant influence on purchasing decisions for Gatsby Pomade. This is evidenced by a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t-value of $10.572 >$ the t-table value of 1.987, indicating that the research hypothesis is accepted. The regression analysis produced the equation $Y = 3.613 + 0.382X$. Furthermore, the R Square value of 0.533 indicates that the Brand Ambassador contributes 53.3% to purchasing decisions, while the remaining 46.7% is influenced by other factors outside the scope of this study. Therefore, the use of Jefri Nichol as a Brand Ambassador is proven to have an influence on consumers' purchasing decisions for Gatsby Pomade.

Keywords: Brand Ambassador, Jefri Nichol, Purchasing Decision, Gatsby Pomade.