

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND COMMUNITY* WARDAH YOUTH AMBASSADOR  
DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
PRODUK WARDAH DI KOTA BANJARMASIN**



Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**NOOR ALIKA  
NIM: 2110312220020  
PROGRAM STUDI: MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN  
2025**

**LEMBAR LEGALITAS**

**PENGARUH *BRAND COMMUNITY* WARDAH YOUTH AMBASSADOR  
DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
PRODUK WARDAH DI KOTA BANJARMASIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**NOOR ALIKA**

**NIM : 2110312220020**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 2 Juni 2025  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

**Dosen Pembimbing**



**Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (Asia)**

**NIP. 19730727 200112 2 001**

**Mengetahui**

**Koordinator Program Studi S1 Manajemen**



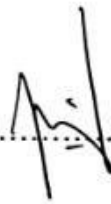
**Abdul Hadi SE, M.Si**

**NIP. 19700707 200501 1 001**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Noor Alika  
NIM : 2110312220020  
Jurusan / Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Community* Wardah Youth  
Ambassador dan *Content Marketing* terhadap  
*Repurchase Intention* Produk Wardah di Kota  
Banjarmasin  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Senin, 2 Juni 2025  
Waktu Ujian : 10.00 – 12.00 WITA

**TIM PENGUJI**

Pembimbing Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, (.....)  
M.Si, CMA, CPM (Asia) 

Penguji 1 Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA,  
ACPA


Penguji 2 Rusniati, SE, M.Si

## BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Noor Alika  
NIM : 2110312220020  
Jurusan / Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Community* Wardah Youth Ambassador dan *Content Marketing* terhadap *Repurchase Intention* Produk Wardah di Kota Banjarmasin  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Senin, 2 Juni 2025  
Waktu Ujian : 10.00 – 12.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji.


No.	Nama	Keterangan	TTD
1	<u>Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si,</u> <u>CMA, CPM (Asia)</u> NIP. 19730727 200112 2 001	Pembimbing	

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

**Mengetahui**  
**Koordinator Program Studi S1 Manajemen**

  
**Abdul Hadi SE, M.Si**  
NIP. 19700707 200501 1 001

**Banjarmasin, 18 Juni 2025**  
**Mahasiswa**

  
**Noor Alika**  
NIM. 2110312220020

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkap sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 2 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



**Noor Alika**

**NIM. 2110312220020**

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, petunjuk, dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Community* Wardah Youth Ambassador dan *Content Marketing* terhadap *Repurchase Intention* Produk Wardah di Kota Banjarmasin” ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini, yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan pedoman dan arahan dalam proses pengerjaan skripsi.

4. Ibu Dr. Hastin Umi Anisah, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang memberikan dukungan, bimbingan, serta motivasi selama masa perkuliahan.
5. Ibu Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (Asia), selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan penuh kepada penulis berupa pemikiran, ilmu pengetahuan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.
6. Bapak Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA, ACPA, dan Ibu Rusniati, SE, M.Si, selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan evaluasi, masukan, serta saran yang membangun sebagai perbaikan dalam skripsi ini.
7. Bapak Muhammad Junaidi dan Ibu Astiyani, selaku orang tua yang senantiasa memberikan dukungan tanpa batas, baik dalam bentuk motivasi maupun fasilitas, yang memungkinkan penulis menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik. Terima kasih juga kepada adik-adik tercinta, Siti Halisa dan Eka Aulia Ramadhani, yang selalu menghibur dan mendorong semangat penulis selama proses ini berlangsung.
8. Michael Aldira, yang selalu mendampingi penulis dengan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan proposal skripsi ini hingga selesai dengan lancar.
9. Teman-teman “Pergaulan Sehat” yang beranggotakan Noor Fadilla Amalia, Dhea Aliffa Putri, Lilis Sundari, Siti Maulida Sari, Putri Agustina,

Akhmad Raihani yang hadir untuk saling memberikan dukungan dan mengerjakan skripsi ini bersama.

10. Sahabat-sahabat penulis yang lainnya selama masa kuliah, Alifa Rahmah, Aprillia Khalila, Christina Gunawan, Hana Dwi Ambarwati, Sofia Hikmah Arbain, Nur Salsabila selaku teman-teman seperjuangan dalam perjalanan perkuliahan yang telah memberikan dukungan dan semangat.

11. Noor Alika, yaitu penulis sendiri, yang telah berusaha dengan tekad dan dedikasi untuk menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.

Banjarmasin, 2 Juni 2025



**Noor Alika**  
**2110312220020**

## **ABSTRACT**

**Noor Alike (2025).** *The Influence of Brand Community Wardah Youth Ambassador and Content Marketing on Repurchase Intention of Wardah Products on Banjarmasin City*

*Advisor:* RR. Yulianti Prihatiningrum

*This study aims to examine and analyze: (1) the influence of the Wardah Youth Ambassador brand community on repurchase intention of Wardah products in Banjarmasin, (2) the influence of content marketing on repurchase intention of Wardah products in Banjarmasin, and (3) the simultaneous influence of the Wardah Youth Ambassador brand community and content marketing on repurchase intention of Wardah products in Banjarmasin.*

*This research is a quantitative study. The population consists of Banjarmasin residents aged 18 years and above who have purchased Wardah products at least once, are familiar with the Wardah Youth Ambassador community, and are active users of social media such as Instagram, TikTok, or YouTube. Data were collected from 385 respondents using purposive sampling through a questionnaire distributed via Google Form. The data analysis techniques employed include multiple regression analysis using SPSS version 23.*

*The results of the study indicate that: (1) the Wardah Youth Ambassador Brand Community has a positive and significant influence on Repurchase Intention of Wardah products in Banjarmasin, (2) Content Marketing has a positive and significant influence on Repurchase Intention of Wardah products in Banjarmasin, and (3) the Wardah Youth Ambassador Brand Community and content marketing simultaneously significant influence repurchase intention of Wardah products in Banjarmasin.*

**Keyword:** *Brand Community, Content Marketing, Repurchase Intention*

## ABSTRAKSI

**Noor Alika (2025).** Pengaruh *Brand Community* Wardah Youth Ambassador dan *Content Marketing* terhadap *Repurchase Intention* Produk Wardah di Kota Banjarmasin

Pembimbing: RR. Yulianti Prihatiningrum

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis: (1) pengaruh *brand community* Wardah Youth Ambassador terhadap *repurchase intention* produk Wardah di kota Banjarmasin, (2) pengaruh *content marketing* terhadap *repurchase intention* produk Wardah di kota Banjarmasin, dan (3) pengaruh *brand community* Wardah Youth Ambassador dan *content marketing* secara simultan terhadap *repurchase intention* produk Wardah di kota Banjarmasin.

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Banjarmasin yang berusia 18 tahun ke atas, pernah membeli produk Wardah minimal satu kali, mengetahui komunitas Wardah Youth Ambassador, dan aktif menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, atau Youtube. Data dikumpulkan dari 385 orang responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kuesioner melalui Google Form. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda yang dioperasikan melalui *software* SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Brand Community* Wardah Youth Ambassador berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* produk Wardah di kota Banjarmasin, (2) *Content Marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* produk Wardah di kota Banjarmasin, dan (3) *Brand Community* Wardah Youth Ambassador dan *Content Marketing* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap *Repurchase Intention* produk Wardah di kota Banjarmasin.

**Kata kunci:** *Brand Community, Content Marketing, Repurchase Intention*

## DAFTAR ISI

	Hal.
LEMBAR LEGALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
ABSTRAKSI .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
1.5. Sistematika Pembahasan .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	18
2.1. Landasan Teori .....	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL .....	33
3.1. Kerangka Konseptual .....	33
3.2. Hipotesis.....	34
BAB IV METODE PENELITIAN .....	38
4.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	38
4.2. Jenis Penelitian.....	38
4.3. Lokasi Penelitian .....	39
4.4. Unit Analisis.....	39
4.5. Populasi dan Sampel .....	39
4.5.1. Populasi .....	39
4.5.2. Sampel .....	40
4.6. Variabel dan Defisini Operasional Variabel .....	42
4.6.1. Variabel Penelitian.....	42
4.6.2. Defিনি Operasional Variabel.....	43
4.7. Teknik Pengumpulan Data .....	47
4.7.1. Jenis Data.....	47
4.7.2. Skala Pengukur.....	47
4.8. Teknik Analisis Data .....	48
4.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	48
4.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.8.4 Uji Kelayakan Model .....	51
4.8.5 Uji Hipotesis.....	51
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS .....	54
5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54

5.2. Hasil dan Analisis.....	56
5.2.1. Karakteristik Responden .....	56
5.2.2. Statistik Deskripsi Variabel Penelitian .....	63
5.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	77
5.2.4. Analisis Data .....	79
5.2.5. Hasil Pengujian Hipotesis.....	85
5.2.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
5.2.7. Implikasi Hasil Penelitian.....	95
5.2.8. Keterbatasan Penelitian .....	101
BAB VI PENUTUP .....	103
6.1. Kesimpulan.....	103
6.2. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN .....	111

## DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1. 1 Wardah menerima penghargaan dari LPPOM MUI Halal Award 2023.....	3
Gambar 1. 2 Komunitas Wardah Youth Ambassador.....	4
Gambar 1. 3 Anggota Komunitas Wardah Youth Ambassador sebagai pelaksanaan kegiatan "Wardah Campus Influencer Gathering" .....	6
Gambar 1. 4 Penyebaran <i>Content Marketing</i> oleh Anggota Komunitas Wardah Youth Ambassador .....	7
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual.....	33

## DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1. 1 <i>Brand Community</i> Milik Merek Lokal Indonesia .....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel .....	43
Tabel 4. 2 Skala Pengukuran.....	47
Tabel 4. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	53
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	59
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	61
Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili di Kota Banjarmasin	62
Tabel 5. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Membeli Produk Wardah Minimal Satu Kali.....	62
Tabel 5. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Komunitas Wardah Youth Ambassador .....	63
Tabel 5. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Media Sosial ...	63
Tabel 5. 10 Statistik Deskripsi Variabel <i>Brand Community</i> .....	64
Tabel 5. 11 Statistik Deskripsi Variabel <i>Content Marketing</i> .....	67
Tabel 5. 12 Statistik Deskripsi Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	73
Tabel 5. 13 Hasil Uji Validitas .....	77
Tabel 5. 14 Hasil Uji Reliabilitas .....	78
Tabel 5. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 5. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	82
Tabel 5. 17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	83
Tabel 5. 18 Hasil Uji F untuk Uji Kelayakan Model .....	85
Tabel 5. 19 Hasil Uji t .....	86
Tabel 5. 20 Hasil Uji F untuk Uji Simultan .....	87
Tabel 5. 21 Hasil Koefisien Determinasi .....	88
Tabel 5. 22 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

	Hal.
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	118
Lampiran 3 Statistik Deskripsi Variabel Penelitian .....	121
Lampiran 4 Uji Instrumen Data .....	127
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik.....	129
Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda .....	130
Lampiran 7 Uji Kelayakan Model.....	130
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	131