

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* TASYA FARASYA DAN *BRAND IMAGE* MOTHER OF PEARL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *MOTHER OF PEARL***

**SKRIPSI**



Disusun oleh

**Alyaa Dwikurnia Sunre**

**19.96.1522**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2023**

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* TASYA FARASYA DAN *BRAND IMAGE* MOTHER OF PEARL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MOTHER OF PEARL**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagai persyaratan  
mencapai gelar sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh

**Alyaa Dwikurnia Sunre**

**19.96.1522**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* TASYA FARASYA DAN *BRAND IMAGE*  
MOTHER OF PEARL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
MOTHER OF PEARL**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Alyaa Dwikurnia Sunre**

**19.96.1522**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 09 Juni 2023

**Dosen Pembimbing,**



**Riski Damastuti, S.Sos., M.A**

**NIK. 190302475**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* TASYA FARASYA DAN *BRAND IMAGE*  
MOTHER OF PEARL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

**MOTHER OF PEARL**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Alyaa Dwikurnia Sunre**

**19.96.1522**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 06 Juli 2023

Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Riski Damastuti, S.Sos., M.A**

**NIK. 190302475**

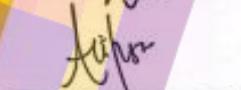
**Stara Asrita, S.I.Kom., M.A**

**NIK. 190302364**

**Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom**

**NIK. 190302437**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 06 Juli 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Lutfhi, S.T., M.Kom**

**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN

### HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 31 Maret 2023

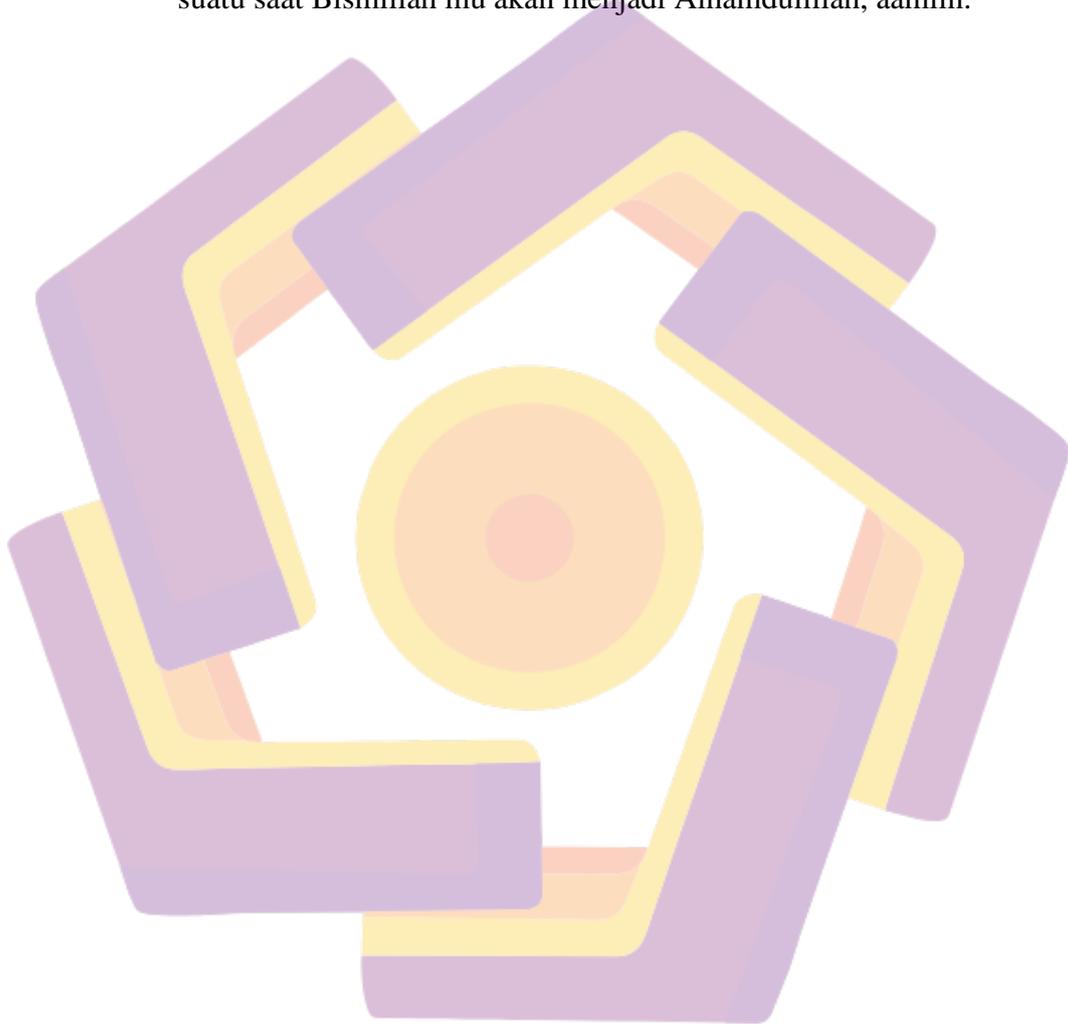


Alyaa Dwikurnia Sunre

## **MOTTO**

One day, I'm gonna have everything I prayed for. I really believe it.

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (Q.S. Inshirah: 5) dan  
suatu saat Bismillah mu akan menjadi Alhamdulillah, aamiin.



## PERSEMBAHAN

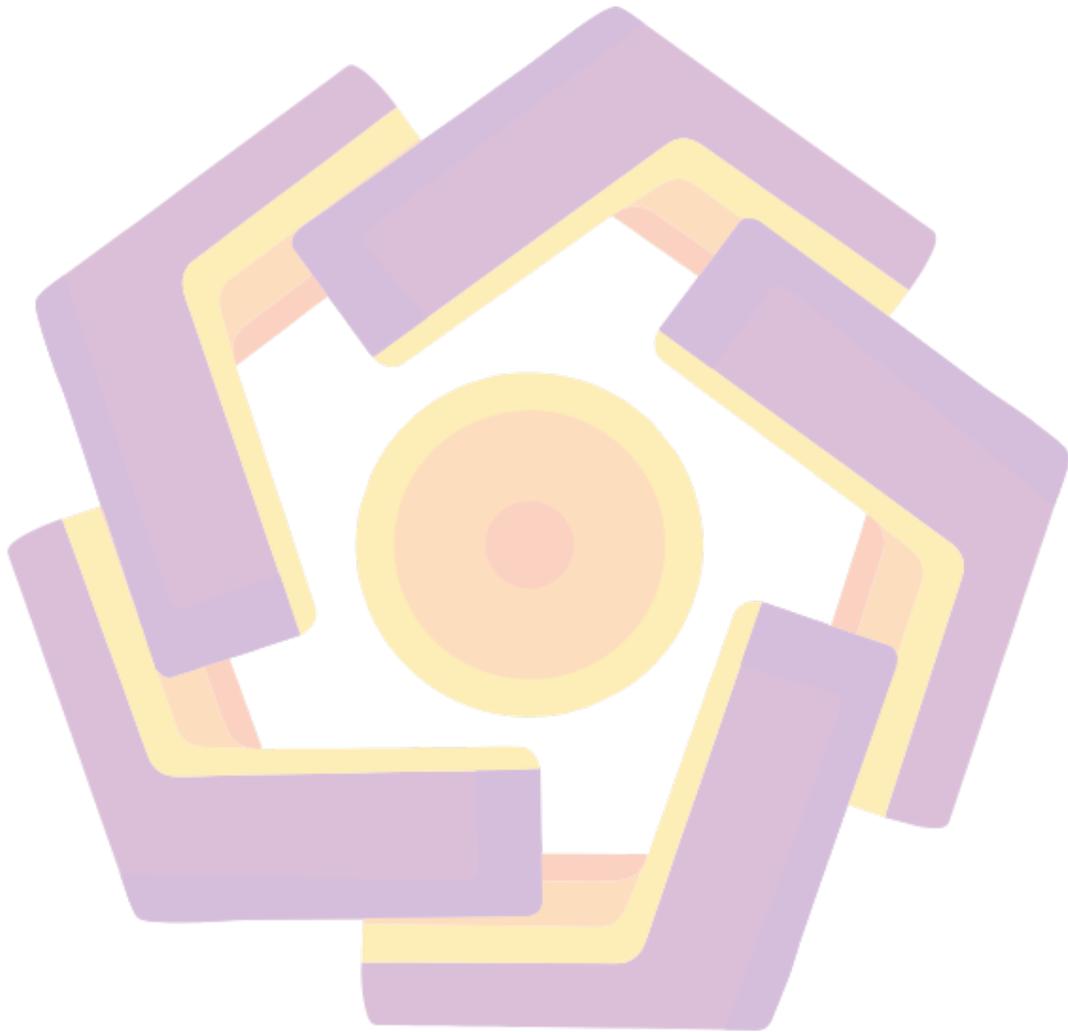
Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Personal Branding Tasya Farasya dan Brand Image Mother Of Pearl Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mother Of Pearl”**. Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Riski Damastuti, M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungan kepada peneliti.
5. Tasya Farasya, selaku selebritis Instagram sekaligus pihak yang penulis jadikan objek penelitian.
6. Ayahanda Syaifudin Zuhri dan Mamah Nenah Juwaenah, selaku orang tua tercinta yang selalu memberikan semangat serta doa restu yang tiada habisnya.
7. Teman-teman baik saya, Luqman, Binsar, Arifi, Amirah Balqis, Bila, yang selalu mendukung, membantu, mendoakan dan selalu ada untuk saya selama penyusunan skripsi ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa Amikom jurusan Ilmu Komunikasi 2019, terutama

Ilmu Komunikasi 08 atas segala bantuan dan kerjasamanya.

9. Dan semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan ilmu yang sebaik-baiknya.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Personal Branding Tasya Farasya dan Brand Image Mother Of Pearl Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mother Of Pearl”**

Adapun tujuan penyusunan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi.

Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa Terima Kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam proses pelaksanaan skripsi ini, antara lain:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Riski Damastuti, M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar memberikan bimbingan, saran, serta dukungan kepada peneliti. Terima kasih banyak, Mamski...
6. Seluruh Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta yang sudah berkenan memberikan ilmu pengetahuan dan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Tasya Farasya, selaku selebritis Instagram sekaligus pihak yang penulis jadikan objek penelitian.
8. Ayahanda Syaifudin Zuhri dan Mamah Nenah Juwaenah, ka Farhan, Nadin, Ka

leha atas doa restu yang tidak pernah putus, semua semangat dan perhatian meskipun terhalang jarak. Terimakasih banyak sekali lagi ya Mamah, Ayah, Kaka, Nadin...

9. Luqmanul, Binsar, Arifi, Amirah Balqis, Bila, terima kasih atas keceriaan, kegembiraan, kesabaran, pengertian, semangat, doa, dan selalu memberikan waktunya untuk menemani saya. Terima kasih ya teman-teman, sehat selalu kalian.
10. Alm. Chatarina Wiztya dan Rayi Herma, selaku teman kuliah yang baik dan selalu menemani saya sejak awal perkuliahan. Terima kasih ya atas semua kebaikan yang diberikan.
11. Signatura People (Mas Arthur, Vina, Ario, Tb, Mas Candra, Ka Njen, Mas Putra, Mas sinjo, Ka Ayu Widi, Ka Ayu JN, Ka Dacil, Oci, Mas Barcell, Ka Nabila), terima kasih kalian sudah menjadi bagian dari hidup penulis, selalu memberikan kehangatan, keceriaan, dan selalu menyemangati penulis ditengah banyaknya pekerjaan dan perkuliahan ini.
12. Meza, Renti, Gia, CF, CB, dan teman-teman semua yang ada di Bengkulu, serta semua teman-teman yang tentu tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas segalanya, terimakasih sudah mau menjadi bagian dari proses kehidupan penulis. Terima kasih banyak dan maaf jika ada salah. Semoga sehat selalu untuk semuanya!

Penulis tentu menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan menerima kritikan serta saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak lainnya.

Yogyakarta, 31 Maret 2023

Alyaa Dwikurnia Sunre

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Tasya Farasya yang memiliki *brand* Mother of Pearl. *Brand* dari Tasya Farasya ini memiliki tingkat penjualan yang bagus. Penjualan dari brand ini rata-rata berasal dari penggemarnya, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti *personal branding* dari Tasya Farasya serta *brand image* apakah memiliki pengaruh dari keputusan pembelian Mother of Pearl. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan 102 responden, dan bersifat kuantitatif. Hasil dari penelitian ini baik *personal branding* dan *brand image* sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**kata kunci: personal branding, brand image, keputusan pembelian**

## **ABSTRACT**

*This research is motivated by Tasya Farasya who owns the Mother of Pearl brand. This brand from Tasya Farasya has a good level of sales. On average, sales of this brand come from fans, so researchers are interested in researching Tasya Farasya's personal branding and whether brand image has an influence on purchasing decisions for Mother of Pearl.*

*This study used a purposive sampling method with 102 respondents, and quantitative. The results of this study both personal branding and brand image both have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**keywords: personal branding, brand image, purchase decision**

