

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, CITRA MEREK,DAN
DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK
SCARLETT WHITENING DI CIKARANG**

SKRIPSI



**OLEH :
PUTRI APRILLIA
NIM : 112010415**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, CITRA MEREK, DAN
DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK
SCARLETT WHITENING DI CIKARANG**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana

SKRIPSI



OLEH :
PUTRI APRILLIA
NIM : 112010415

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertandatangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Putri Aprillia
NIM : 112010415
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening di Cikarang.

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 09 Juni 2024

Pembimbing,



Edy Saptono S.H.,M.B.A

NIDN: 0412118305

SKRIPSI

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, CITRA MEREK, DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING DI CIKARANG

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Putri Aprillia
112010415

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 27 bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji

Nama : Dadang Heri Kusumah, S.I.P., M.Si

NIDN : 0429116401

Tanda Tangan

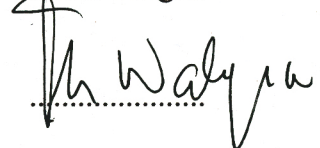


Anggota Penguji

Nama : Tri Wahyu Wirjawan, S.E., M.M

NIDN : 0404046906

Tanda Tangan



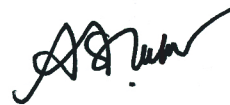
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani, RDS, S.E., M.Sc.
NIDN : 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M
NIDN : 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Aprillia
NIM : 112010415
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 09 Juni 2024



Putri Aprillia

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan , maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain,dan hanya kepada Allah hendaknya kamu berharap.

(Q.S. Al Insyirah: 6-8)

Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke gagalannya berikutnya tanpa kehilangan semangat.

(Winston Churchill)

Karya ini kupersembahkan untuk:

- Pertama-tama,saya ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berusaha keras, tetap semangat dan berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
- Ayah, Ibu dan Adik tersayang yang telah memberikan support beserta doa dalam penyelesaian tugas akhir skripsi
- Bapak Edy Saptono S.H.,M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan Skripsi
- Ibu Agustina Tanjung.,SE.,M.M.,D.B.A selaku DPA MA 20 C07
- Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga selama menempuh pembelajaran di universitas Pelita Bangsa.
- Teman -Teman Mata Kuliah Seminar Bisnis MA 20 C07

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, dan Digital Marketing terhadap minat beli Scarlett Whitening”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB). Penyusun menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera.,SKM.,M.M.,D.B.A. sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa.
3. Ibu Yunita Ramadhani RDS,S.E.,M.Sc.selaku ketua kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta seluruh staff yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis skripsi.
4. Bapak Edy Saptono, S.,H,M.B.A selaku Pembimbing yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Tim Penguji, Bapak Dadang Heri Kusumah ,S.I.P.,M.Si dan Bapak Tri Wahyu Wirjawan.S.E.,MM terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
6. Bapak atau Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.
7. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta

8. mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin Yaa Rabbal 'alamiin.
9. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama di masa perkuliahan.
10. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga Skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 09 Juni 2024

Penulis,



Putri Aprillia

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Minat Beli Konsumen	10
2.1.2 Brand Ambassador	12
2.1.3 Citra Merek	14
2.1.4 Digital Marketing	16
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Hipotesis Dan Model Penelitian	22
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	22
2.3.2 Model Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Desain Penelitian	28
3.4 Definisi operasional Variabel.....	30
3.5 Populasi dan Pengambilan Sampel	31
3.5.1 Populasi	31
3.5.2 Sampel.....	32
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7 Metode Analisis Data.....	33
3.7.1 Uji Validitas	33
3.7.2 Uji Reliabilitas	34

3.7.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda	35
3.7.5 Uji Koefisien determinasi.....	36
3.7.6 Uji T (Hipotesis)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Karakteristik Responden Penelitian	39
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	39
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan	40
4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.3 Uji Data.....	40
4.3.1 Uji Validitas	40
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	42
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	43
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
4.3.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	49
4.4 Pembahasan / Interpretasi Data	49
BAB V PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pra survey Minat Beli Scarlett Whitening	6
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 3.3 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Responden	38
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	38
Tabel 4.5 Uji Validitas Brand Ambassador (X1)	39
Tabel 4.6 Uji Validitas Citra Merek (X2).....	39
Tabel 4.7 Uji Validitas Digital Marketing	39
Tabel 4.8 Uji Validitas Minat Beli (Y).....	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibility	40
Tabel 4.10 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	41
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas	43
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.13 Uji T Parsial (Hipotesis).....	46
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	47
Tabel 4.15 Interpretasi Data	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Penjualan Scarlett Whitening Tahun 2022-2024.....	2
Gambar 1.2 Brand Skincare Terlaris E-commerce	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	25
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Grafik Histogram Residual	42
Gambar 4.2 Grafik Probability Plot	42
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Jurnal Penelitian Terdahulu.....	58
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 3 Tabulasi Hasil Kuesioner.....	66
Lampiran 4 Hasil Output SPSS.....	83

**THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR BRAND IMAGE AND
DIGITAL MARKETING ON INTEREST IN PURCHASING SCARLET
WHITENING PRODUCT IN CIKARANG**

Putri Aprillia¹⁾

Edy Saptono²⁾

Abstract

While cosmetics have become one of the primary needs for women, apart from being used to support their appearance to make them look more beautiful and attractive, the use of cosmetics has now become a lifestyle. Lifestyles which are now increasingly complex are thought to increase self-confidence when using cosmetics. The aim of this research is to find out and test how Brand Ambassadors, Brand Image and Digital Marketing Influence Interest in Buying Scarlett Whitening. This research was conducted using quantitative methods. This research uses data collection techniques in the form of questionnaires given to samples from a population to obtain specific information from respondents. The sampling technique uses Non Probability Sampling using Roscoe Theory. The population of this research was 180 respondents, conducted using the SPSS 25 for . Based on the results of the calculation of the partial test of Brand Ambassador (X1) has a significant effect of $0.000 < 0.05$. Brand Image has a significant effect of $0.026 < 0.05$ on Buying Interest and Digital Marketing has a significant effect on Buying Interest (Y) $0.002 < 0.05$.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Digital Marketing, Purchase Interest

PENGARUH BRAND AMBBASADOR CITRA MEREK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLET WHITENING DI CIKARANG

Putri Aprillia¹⁾
Edy Saptono²⁾

Abstrak

Saat ini kosmetik sudah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi wanita, selain digunakan untuk menunjang penampilan agar terlihat lebih cantik dan menarik, namun penggunaan kosmetik kini sudah menjadi gaya hidup. Gaya hidup yang kini semakin kompleks dianggap dapat meningkatkan kepercayaan diri saat menggunakan kosmetik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji bagaimana Brand Ambassador, Brand Image, dan Digital Marketing mempengaruhi minat beli Scarlett Whitening. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang diberikan kepada sampel suatu populasi untuk mendapatkan informasi spesifik dari Respoden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Non-probability sampling menggunakan Roscoe Theory. Populasi penelitian ini berjumlah 180 responden yang menggunakan program SPSS 25 untuk windows. Berdasarkan hasil perhitungan uji parsial Brand Ambassador (X1) berpengaruh signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Brand Image berpengaruh signifikan sebesar $0,026 < 0,05$ terhadap Minat Beli dan Digital Marketing berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) sebesar $0,002 < 0,05$.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Citra Merek, Digital Marketing, Minat Beli