

***CUSTOMER LOYALTY DIPENGARUHI OLEH BRAND
AMBASSADOR DAN CO-CREATION DENGAN MODERASI
CURRENCY***

(Studi Pada Pengguna Ms. Glow Di Wilayah Kabupaten Bekasi)

SKRIPSI



**OLEH :
CATIA LAILA FERDIANSYAH
NIM: 112010267**

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

***CUSTOMER LOYALTY DIPENGARUHI OLEH BRAND
AMBASSADOR DAN CO-CREATION DENGAN MODERASI
CURRENCY***

(Studi Pada Pengguna Ms. Glow Di Wilayah Kabupaten Bekasi)

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

SKRIPSI



**OLEH :
CATIA LAILA FERDIANSYAH
NIM : 112010267**

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, dosen pembimbing tugas akhir / skripsi :

Nama Mahasiswa : Catia Laila Ferdiansyah
NIM : 112010267
Judul Skripsi : *Customer Loyalty* Dipengaruhi oleh *Brand Ambassador* dan *Co-Creation* dengan Moderasi *Currency* (Studi Pada Pengguna Ms. Glow Di Wilayah Kabupaten Bekasi)

Dengan ini menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini serta dilakukannya perbaikan maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian seminar proposal skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 12 Juni 2024
Pembimbng,



Dr. Hj. Surya Bintarti., S.E., M.M
NIDN : 0423107203

Lembar Pengesahan Publikasi Ujian Sidang Skripsi

SKRIPSI

***CUSTOMER LOYALTY DIPENGARUHI OLEH BRAND AMBASSADOR
DAN CO-CREATION DENGAN MODERASI CURRENCY
(Studi Pada Pengguna Ms. Glow Di Wilayah Kabupaten Bekasi)***

Dipersiapkan dan disusun oleh :
Catia Laila Ferdiansyah
112010267

Telah dipublikasikan pada *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, volume 5, nomor 4, tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

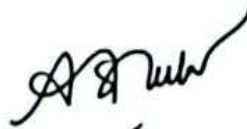
Bekasi, 20 Juli 2024

Ka Prodi Manajemen



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

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Catia Laila Ferdiansyah
NIM : 112010267
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir/skripsi yang saya susun ini sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tugas akhir/skripsi yang saya kutif dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tugas akhir/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 dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 27 Mei 2024

Penulis,



Catia Laila Ferdiansyah

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“ Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah:286)

“ Tidak ada usaha yang dilakukan kecuali ada hasil yang didapatkan”

(Dr. Drs. KH. E.S. Mubarak, M.sc., MM.)

“ Saya datang, saya bimbingan, saya revisi dan saya menang”

“Esensi Perjuangan adalah Kemenangan”

(Dr. Drs. KH. E.S. Mubarak, M.Sc., MM.)

Dengan penuh rasa Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Alm. Anton Ferdiansyah, seseorang yang biasa saya panggil papa yang berhasil membuat saya bangkit dari kata menyerah. Alhamdulillah penulis bisa menyelesaikan skripsi ini sebagaimana perwujudan terakhir sebelum beliau benar-benar pergi. Terimakasih telah mengantarkan saya sampai berada dibangku perkuliahan ini, meskipun pada akhirnya perjalanan ini harus dilewati tanpa perannya lagi.
- Ibunda tercinta Nurlaela Kusuma Dewi, terimakasih telah merawat, membesarkan, memberi semangat, serta memberikan pengorbanan yang luar biasa sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
- Dosen pembimbing Ibu Dr. Hj. Surya Bintarti SE.,MM dan Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama penulis duduk dibangku perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt atas segala nikmat dan rahmat, taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir/ skripsi dengan judul “*Customer Loyalty Dipengaruhi Oleh Brand Ambassador Dan Co-Creation Dengan Moderasi Currency (Studi Pada Pengguna Ms. Glow Di Wilayah Kabupaten Bekasi)*”. Penyusunan tugas akhir/skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa. Penulis menyadari bahwa tugas akhir/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. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu Dr. Hj. Surya Bintarti SE.,MM selaku pembimbing yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
3. Bapak Ir. H. Moh Mardiana MM.,M.,PHD selaku Ketua Yayasan Pelita Bangsa
4. Bapak Hamzah Muhammad M.,SKM.,MM selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa
5. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti .,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil terhadap penulis.
6. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS.,SE.,M.sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, serta mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam mengembangkan keilmuan maupun penyelesaian tugas akhir/skripsi ini.

8. Ayahanda tercinta Anton Ferdiansyah (Alm), Ibunda tercinta Nurlaela Kusuma Dewi selaku orang tua yang telah membesarkan, mendidik serta mendoakan dengan penuh kesabaran dan pengorbanan yang tak terhingga.
9. Paman H. Saipul Anwar SH.,Mkn. Terimakasih telah memberikan pengorbanan yang tak terhingga kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Sahabat Chairunnisa Saliasna, Firnanda Eka Wardani, Adam Ariansyah Pirdaus, Putri Naurah Nadzhifah, Dede Indriani. terima kasih atas diskusi saran dan semangat yang diberikan kepada penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tugas akhir/skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat menghargakan kritik dan saran. Semoga tugas akhir/skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 27 Mei 2024

Penulis,

Catia Laila Ferdiansyah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
HALAMAN 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	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat penelitian.....	10
1.5 Sistematika penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	12
2.1.2 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	13
2.1.3 Pengertian <i>Co-creation</i>	14
2.1.4 Pengertian <i>Currency</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	17
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	20
2.3.1 Pengembangan Hipotesa	20
2.3.2 Model Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis dan desain penelitian	25
3.1.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.2.1 Definisi Operasional.....	27
3.2.2 Pengukuran Variabel	28
3.3 Populasi dan Metode Pengumpulan Sampel	29
3.4 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4.1 Jenis Dan Sumber Data	29
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Metode Analisis Data	31
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	31
3.5.2 Analisis Statistik Inferensial.....	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum PT Ms Glow	39
4.1.2 Hasil Pengolahan Data	40
4.1.3 Hasil Uji Hipotesis	58
4.2 Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Volume Penjualan Skincare Terlaris di E-Commerce Tahun 2022	2
Tabel 1. 2 Celah Penelitian.....	5
Tabel 3. 1 Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel	27
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert.....	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian	41
Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	43
Tabel 4. 3 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i>	44
Tabel 4. 4 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Co-Creation</i>	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Currency</i>	48
Tabel 4. 6 Outer Loading	50
Tabel 4. 7 Average Variance Extracted (AVE)	55
Tabel 4. 8 Uji Reabilitas	56
Tabel 4. 9 Inner Model	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Hipotesis Path Coefficiance.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Model Penelitian	23
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 Produk Ms Glow	40
Gambar 4. 2 Hasil Uji SEM-PLS.....	50
Gambar 4. 3 Hasil dari Boostraping.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : 5 Top Brand Peleawatan Wajah Female di E-commerce Indonesia	74
Lampiran 2 : Analisis Bauran Pemasaran 7p Marketing Produk Skincare	75
Lampiran 3 : Mapping Jurnal	79
Lampiran 4 : Lembar Kuesioner	89
Lampiran 5 : Hasil Kuesioner 108 Responden	95
Lampiran 6 : Karakteristik Responden	121
Lampiran 7 : Nilai R-Moment.....	122
Lampiran 8 : Hasil Uji Kelayakan Data.....	123

***Customer Loyalty Is Influenced By Brand Ambassador And Co-Creation With
Currency Moderation
(A Study On Ms. Glow Users In The Bekasi Regency Area)***

Catia Laila Ferdiansyah¹
Surya Bintarti²

Abstract

Along with developments in this modern era, women are required to be able to take care of themselves. Ms Glow is one of the lines under the auspices of PT. Cosmetika Cantik Indonesia was founded in 2013. Based on existing data, the Ms Glow facial care product is in third place but has won the Indonesian Best Brand Award (IBBA) in 2020 in the facial care category which is sold exclusively. This Ms Glow product has various kinds of skincare products with thousands of resellers in various cities in Indonesia. This research aims to test how much influence brand ambassadorship, co-creation has on customer loyalty which is moderated by currency in Ms Glow beauty products. This research was conducted within the boundaries of Bekasi Regency, the method used was a quantitative method with a sample size of 108 people, the technique used in sampling was nonprobability sampling with a purposive sampling method. This research tests correlation and regression with the help of the SmartPLS 3.0 program which is used to test validity and reliability, goodness of fit models and hypotheses. This research shows the results that: 1) Brand ambassadors have an insignificant positive effect on customer loyalty. 2) Co-creation has a significant positive effect on customer loyalty. 3) Brand ambassador which is moderated by currency has a positive but not significant effect 4) Co-creation moderated by currency has no effect on customer loyalty.

Keywords: Brand Ambassador, Co-Creation, Currency, Customer Loyalty

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

***CUSTOMER LOYALTY DIPENGARUHI OLEH BRAND AMBASSADOR
DAN CO-CREATION DENGAN MODERASI CURRENCY
(Studi Pada Pengguna Ms. Glow Di Wilayah Kabupaten Bekasi)***

Catia Laila Ferdiansyah¹
Surya Bintarti²

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman di era yang sudah modern ini para wanita dituntut untuk bisa merawat diri. Ms Glow merupakan salah satu lini dibawah naungan PT. Kosmetika Cantik Indonesia yang berdiri pada tahun 2013. Berdasarkan data yang ada produk perawatan wajah Ms Glow ini berada pada urutan ke tiga namun telah berhasil meraih Indonesian Best Brand Award (IBBA) pada tahun 2020 dalam kategori perawatan wajah yang dijual secara eksklusif. Produk Ms Glow ini memiliki berbagai macam produk skincare dengan ribuan reseller di berbagai kota yang ada di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh *brand ambassador*, *co-creation* terhadap *customer loyalty* yang dimoderasi oleh *currency* pada produk kecantikan Ms Glow. Penelitian ini dilakukan dengan batasan wilayah Kabupaten Bekasi, metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 108 orang, teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menguji kolerasi dan regresi dengan bantuan program SMSRTPLS 3.0 yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas, *goodness of fit model* dan hipotesis. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa: 1) *Brand ambassador* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *customer loyalty*. 2) *Co-creation* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty*. 3) *Brand ambassador* yang dimoderasi oleh *currency* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. 4) *Co-creation* yang dimoderasi oleh *currency* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci : *Brand Ambassador, Co-Creation, Currency, Customer Loyalty*