

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, HARGA DAN
REPUTASI MEREK TERHADAP MINAT BELI *BODY LOTION*
SCARLETT WHITENING
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas
Pelita Bangsa Angkatan 2020-2021)**

SKRIPSI



OLEH :
DIAN ISLAMIYATI
NIM : 112010283

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

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, HARGA DAN REPUTASI
MEREK TERHADAP MINAT BELI *BODY LOTION*
SCARLETT WHITENING
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas
Pelita Bangsa Angkatan 2020-2021)**

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

SKRIPSI



OLEH :
DIAN ISLAMİYATI
NIM : 112010283

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : DIAN ISLAMİYATI
NIM : 112010283
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador*, Harga dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli *Body Lotion* Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020 – 2021).

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 Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 27 Juli 2024

Pembimbing



Etty Zuliawati Zed.,S.E.,M.M.
0416077402

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, HARGA DAN REPUTASI MEREK
TERHADAP MINAT BELI BODY LOTION SCARLETT WHITENING**

*(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa Angkatan
2020-2021)*

Dipersiapkan dan disusun oleh :

DIAN ISLAMİYATI

112010283

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 : Dr. Nur' Aeni.,S.E.,M.Si.

NIDN : 0405127503

Tanda Tangan

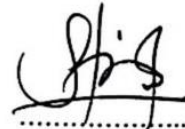


Anggota Penguji,

Nama : Sri Wahyuningsih.,S.E.,M.M.

NIDN : 0428067704

Tanda Tangan



Mengetahui,

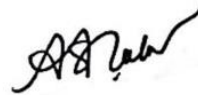
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,MSc.

NIDN : 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M.

NIDN : 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DIAN ISLAMİYATI
NIM : 112010283
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

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

Apabila dikemudian 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 perundang-undangan yang berlaku.

Bekasi, 27 Juli 2024

Tanda Tangan

Dian Islamiyati

METERAI TEMPEL
2C8EDALX289123473

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(QS Ar-Ra'd Ayat 11)

“If you can't fly the run, if you can't run then walk, if you can't walk then crawl, but whatever you do you have to keep moving forward.”

(Martin Luther King Jr.)

Karya ini saya persembahkan untuk :

- a. Bapak saya Sudiyono, Mama Priyati, dan saudara ku Ikhsan dan semua orang yang selalu ada dan senantiasa mendoakan ku.
- b. Bapak dan Ibu dosen yang telah membantu memberikan pengetahuan dan teladan yang sangat berharga.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala nikmat, rahmat serta hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador*, Harga dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli *Body Lotion* Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020 – 2021)” ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. H. Mohammad Mardiyana, M.M., Ph.D. selaku pembina yayasan Pelita Bangsa
2. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera, SKM., M.M.,D.B.A. selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa
3. Ibu Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan dukungan moril maupun materil kepada penulis
4. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,Msc. dan Bapak Wachid Hasyim.,S.E.,M.M. selaku ketua dan sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan fasilitas penulis untuk dapat menulis skripsi ini
5. Ibu Etty Zuliawati Zed.,S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan saran dan masukan serta motivasi kepada penulis pada penulisan skripsi ini

6. Ibu Dr. Nur' Aeni.,S.E.,M.Si. dan Ibu Sri Wahyuningsih.,S.E.,M.M. selaku ketua penguji dan anggota penguji, terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
7. Bapak atau Ibu dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang telah membimbing, mengarahkan dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis
8. Orang tuaku yang telah mengasuh, mendidik dan membesarkan penulis dengan penuh kesabaran serta senantiasa mendoakan penulis tiada henti demi kesuksesan penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kenikmatan tiada henti aamiin.
9. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa, terutama para besti-besti pejuang S1 penulis Pauzi, Silvia, Alfi dan Kiki.
10. Seventeen, terimakasih untuk berbagai canda dan tawa yang diberikan kepada penulis. Semua lagu dan konten-konten telah menemani penulis saat senang maupun sedih.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung dan tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.

Penulis sebagai manusia biasa menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dari Penulis. Maka dari itu, atas kesalahan dan kekurangan yang ada dalam penulisan skripsi ini, Penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya dan sangat bersedia menerima kritikan yang bermanfaat dan membangun bagi Penulis. Harapan Penulis semoga skripsi ini bermanfaat untuk siapa saja yang membacanya dimasa mendatang.

Bekasi, 27 Juli 2024

Penulis

Dian Islamiyati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Minat Beli.....	9
2.1.2 <i>Brand Ambassador</i>	12
2.1.3 Harga	15
2.1.4 Reputasi Merek.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	22
2.3 Hipotesa dan Model Penelitian	26
2.3.1 Hipotesa.....	26
2.3.2 Model Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	29
3.1.1 Jenis Penelitian.....	29
3.1.2 Desain Penelitian.....	29
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.3.1 Definisi Operasional Variabel	32
3.3.2 Skala Pengukuran Variabel.....	37
3.4 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	38
3.4.1 Populasi	38
3.4.2 Sampel.....	38
3.5 Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data	39
3.5.1 Jenis Data	39

3.5.2 Sumber Data.....	40
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Metode Analisis Data	41
3.6.1 Analisa <i>Outer Model</i>	41
3.6.2 Analisa <i>Inner Model</i>	42
3.6.3 Pegujian Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Perusahaan	44
4.1.1 Sejarah Scarlet Whitening.....	44
4.1.2 Logo Scarlett Whitening	44
4.1.3 Produk Scarlett Whitening	44
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Gambaran Umum Responden	46
4.2.2 Analisis Data Hasil Penelitian	49
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Peringkat Reputasi <i>Boy Band</i> K-pop 2023	2
Tabel 1.2 Rangkings popularitas produk <i>body lotion</i> di Indonesia	4
Tabel 1.3 Peringkat minat beli konsumen terhadap produk Scarlett Whitening	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	32
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3.4 Bobot Penilaian Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2 Usia Responden	47
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	47
Tabel 4.4 Pendidikan Responden	48
Tabel 4.5 Pengalaman Responden tentang Pembelian Produk Scarlett	48
Tabel 4.6 Outer Loading Tahap 1	50
Tabel 4.7 Outer Loading Tahap II	52
Tabel 4.8 Hasil Uji AVE	53
Tabel 4.9 <i>Cross Loading Brand Ambassador</i>	54
Tabel 4.10 <i>Cross Loading Harga</i>	54
Tabel 4.11 <i>Cross Loading Reputasi Merek</i>	55
Tabel 4.12 <i>Cross Loading Minat Beli</i>	55
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	56
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	56
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>R-square</i>	57
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Path Coeficients</i>	58
Tabel 4.17 Uji <i>Path Coeficients</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Boy Band</i> EXO sebagai <i>Brand Ambassador</i> Scarlett Whitening	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	29
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Logo Scarlett Whitening	44
Gambar 4.2 Produk Scarlett Whitening	44
Gambar 4. 3 Hasil uji Outer Model Tahap 1	49
Gambar 4.4 Hasil Uji Outer Model Tahap II	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner Penelitian	71
Lampiran II Mapping Jurnal	76
Lampiran III Data Perolehan Kuisisioner	81
Lampiran IV Hasil Uji SmartPLS 4.0	96
Lampiran V Ftabel	105

**INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, PRICE AND BRAND
REPUTATION ON INTEREST IN PURCHASING SCARLETT WHITENING
BODY LOTION**
*(Case Study Of Pelita Bangsa University Management Study Program Students
Class Of 2020-2021)*

Dian Islamiyati¹⁾
Etty Zuliawati Zed.,S.E.,M.M.²⁾

Abstract

This study aims to determine the influence of Brand Ambassador, Price and Brand Reputation on Interest in Purchasing Scarlett Whitening Body Lotion (Case Study Of Pelita Bangsa University Management Study Program Students Class of 2020-2021). This type of research is causal comparative and also includes a quantitative approach which uses a questionnaire as a research instrument using a Likert scale. To test the hypothesis, researchers used primary data obtained from distributing questionnaires to 97 respondents and then processed it using SmartPLS 4.0 (Partial Least Square) software. Based on the data processing carried out, the coefficient of determination (adjusted r square) value was 0.656, which means that the variables brand ambassador, price and brand reputation have an influence on purchase interest of 65.6% and the remaining 34.4% is influenced by other variables that are not included in this research. Based on the t test, it shows that Brand Ambassador has no positive influence on Purchase Interest, Price has a positive and significant influence on Purchase Interest, and Brand Reputation also has a positive and significant influence on Purchase Interest.

Keywords : Brand Ambassador, Price, Brand Reputation, Purchase Interest

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, HARGA DAN REPUTASI MEREK
TERHADAP MINAT BELI *BODY LOTION* SCARLETT WHITENING
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa
Angkatan 2020 – 2021)**

Dian Islamiyati¹⁾
Etty Zuliawati Zed.,S.E.,M.M.²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador*, Harga dan Reputasi Merek terhadap Minat Beli *Body Lotion* Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020 – 2021). Jenis penelitian ini merupakan kausal komparatif dan juga termasuk pendekatan kuantitatif yang menggunakan kuisisioner sebagai instrumen penelitian dengan menggunakan *skala likert*. Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner sebanyak 97 responden dan lalu diolah menggunakan *software* SmartPLS 4.0 (*Partial Least Square*). Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, diperoleh nilai koefisien determinasi (*adjusted r square*) sebesar 0.656 yang artinya variabel brand ambassador, harga dan reputasi merek memiliki pengaruh terhadap minat pembelian sebesar 65.6% dan sisanya sebesar 34.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini. Berdasarkan uji t, menunjukkan bahwa *Brand Ambassador* tidak berpengaruh positif terhadap Minat Beli, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, serta Reputasi Merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Kata kunci : *Brand Ambassador*, Harga, Reputasi Merek, Minat Beli