

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING
DI PROVINSI DIY

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta



Istika Amilia Yahma

2000011259

PRODI STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERITAS AHMAD DAHLAN YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERETUJUAN
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING DI PROVINSI DIY



Telah disetujui oleh:

Pembimbing



Drs. Hendro Setyono, S.E., M.Sc
NIPM. 196411051992041110724598

Tanggal 5 juli2024

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING DI PROVINSI DIY

Diajukan Oleh:

ISTIKA AMILIA YAHMA

NIM: 2000011259

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Tanggal: 15 Juli 2024

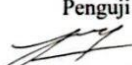
Yang terdiri dari

Ketua


Dr. Sukardi, M.M

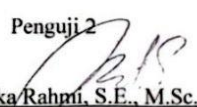
NIP. 196007231987031001

Penguji 1


Drs. Hendro Setyono, S.E., M.Sc.

NIPM. 19641105 199204 111 0724598
1496361

Penguji 2


Mustika Rahmi, S.E., M.Sc.

NIPM. 19800426 201606 011

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Ahmad Dahlan


Dr. Dini Yuniarti, E., M.Si., ClOnR

NIPM. 197006201996010110784345

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING DI PROVINSI DIY”** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut di atas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, Juni 2024

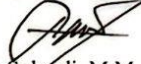
Yang menyatakan



Istika Amilia Yahma

NIM: 2000011259

Saksi 1, Ketua Tim Penguji



Dr. Sukardi, M.M.

NIP. 196007231987031001

Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Dr. Hendro Setyono, S.E., M.Sc.

NIPM. 19641105 199204 111 0724598

Saksi 3, Anggota Tim Penguji



Mustika Rahmi, S.E., M.Sc.

NIPM. 19800426 201606 011 1496361

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Istika Amilia Yahma

NIM : 2000011259

Email : istika2000011259@webmail.uad.ac.id

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING DI PROVINSI DIY**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian dan implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 15 Juli 2024

Yang Menyatakan



Istika Amilia Yahma

NIM: 2000011259

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Istika Amilia Yahma
NIM : 2000011259
Email : istika2000011259@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

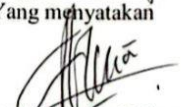
Judul tugas akhir : **PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING DI PROVINSI DIY**

Dengan ini saya menyerahkan hak sepenuhnya kepada Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut

Saya (mengijinkan/~~tidak mengijinkan~~)* karya tersebut diunggah ke dalam Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 15 Juli 2024
Yang menyatakan


Istika Amilia Yahma
NIM: 2000011259

Mengetahui,
Dosen Pembimbing


Drs. Hendro Setyono, S.E., M.sc
NIPM. 196411051992041110724598

MOTTO

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

(QS. Ar Ra’d: 11)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat serta hidayah-Nya dan tak lupa saya ucapkan shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING DI PROVINSI DIY”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dan memperoleh gelar sarjana di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan baik dalam penyajian maupun penyusunan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, akan tetapi berkat bimbingan, arahan, bantuan dan doa dari berbagai pihak sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muchlas, M.T, selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
2. Dr. Dini Yuniarti, .E., M.Si., CIQnR, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang senantiasa memberikan pengarahan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

3. Tina Sulistiyani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universita Ahmad Dahlan, yang telah memberikan izin penulis dalam penyusunan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik dan lancar.
4. Bapak Drs. Hendro Setyono, S.E., MSc. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan nasehatnya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua dan kakak saya yang telah mendidik, merawat dan mencurahkan segenap kasih sayanngnya serta mengorbankan waktu, tenaga, materi, semangat dan doa yang tiada habisnya.
6. Terimakasih buat Cindy atas dukungan dan menemani selama perkuliahan 4 tahun di Yogyakarta. Terimakasih semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan banyak kekurangannya. Oleh karena itu, penulis memohon maaf sebesar-besarnya atas kesalahan penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermmanfaat bagi pembaca dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 28 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Teori	7
B. Penelitian Terdahulu	12
C. Pengembangan Hipotesis	14
BAB III METODE PENELITIAN	18

A. Paradigma Penelitian.....	18
B. Populasi dan Sampel	18
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	19
D. Teknik Pengumpulan Data.....	19
E. Skala Pengukuran.....	20
F. Definisi Operasional Variabel.....	20
G. Uji Validitas	23
H. Uji Reliabilitas	24
I. Uji Hipotesis	24
BAB IV ANALISIS DATA.....	27
A. Analisis Hasil Penelitian	27
B. Uji Instrumen Penelitian	29
C. PEMBAHASAAN	39
BAB V PENUTUP.....	43
A. KESIMPULAN.....	43
B. KETERBATASAN PENELITIAN.....	43
C. SARAN	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional	21
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	28
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i>	30
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	31
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	31
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	34
Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial (Uji T)	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (Uji F)	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan penggemar terbanyak	2
Gambar 1.2 Merek perawatan tubuh dengan penjualan terlaris pada Agustus 2021.....	3
Gambar 1.3 Foto exo saat konferensi pers Scarlett whitening	4
Gambar 2.1 Kerangka model penelitian	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	48
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	53
Lampiran 3 Uji Instrumen Penelitian.....	65
Lampiran 4 Uji Hipotesis	69

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *brand ambassador* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Scarlett whitening di Provinsi DIY. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli produk Scarlett Whitening di Provinsi DIY sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu sebanyak 130 responden yang diambil dengan teknik purpose sampling.. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas, uji realibilitas, uji t (parsial), uj f (simultan), dan uji koefisien determinan (R). Hasil pengujian menunjukkan bahwa: 1) Hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh pada *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian Scarlett whitening di Provinsi DIY. 2) Hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh pada *brand image* terhadap keputusan pembelian Scarlett whitening di Provinsi DIY. 3) Hasil pengujian menunjukkan adanya pengaruh pada *brand ambbassador* dan *brand image* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Scarlett whitening di Provinsi DIY.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Brand Image, dan Keputusan Pembelian.